

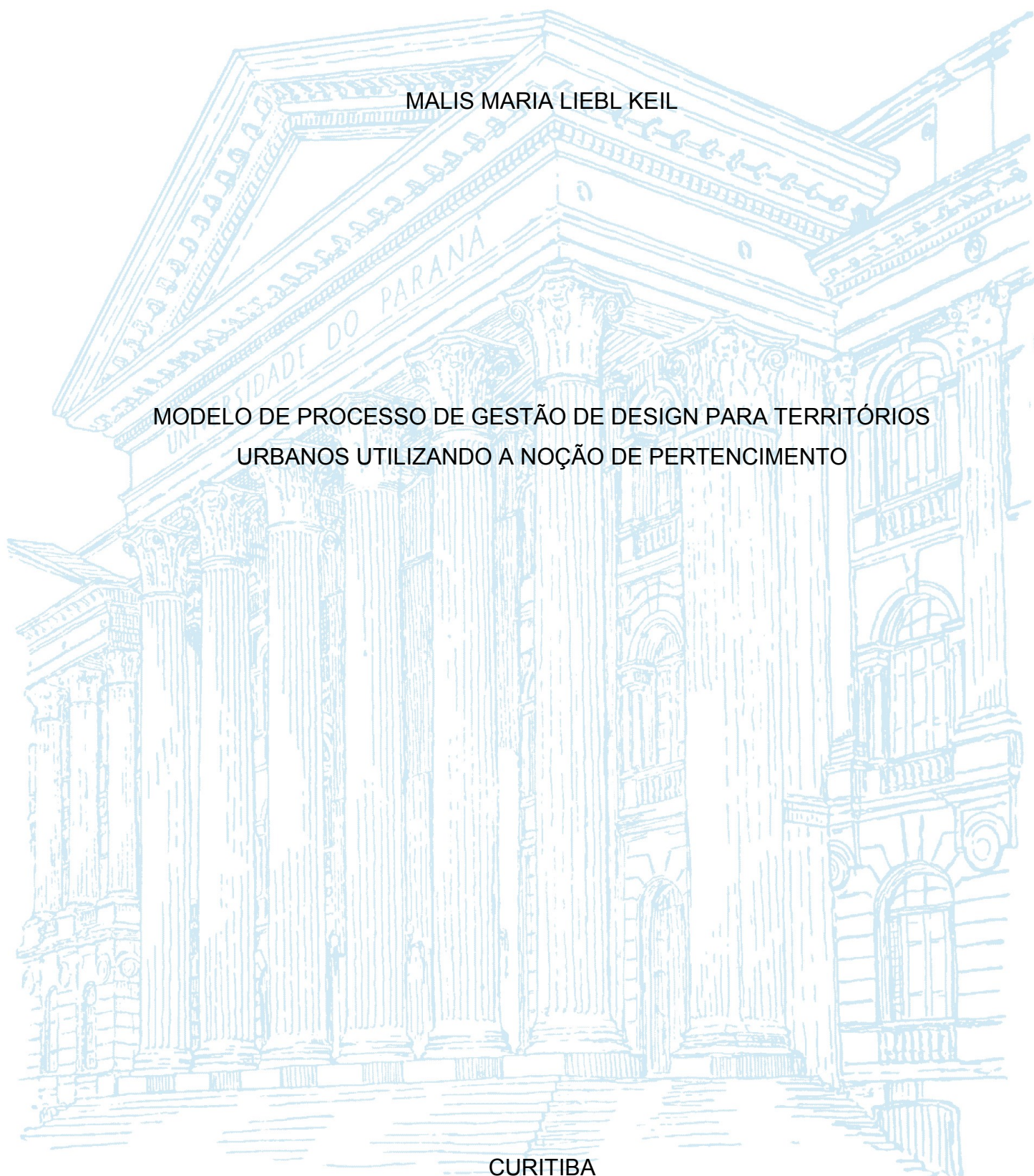
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MALIS MARIA LIEBL KEIL

MODELO DE PROCESSO DE GESTÃO DE DESIGN PARA TERRITÓRIOS  
URBANOS UTILIZANDO A NOÇÃO DE PERTENCIMENTO

CURITIBA

2017



MALIS MARIA LIEBL KEIL

MODELO DE PROCESSO DE GESTÃO DE DESIGN PARA TERRITÓRIOS  
URBANOS UTILIZANDO A NOÇÃO DE PERTENCIMENTO

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design, Setor de Artes, Comunicação e Design, da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutora em Design, sob a orientação da Professora Dra. Virginia Souza de Carvalho Borges Kistmann

CURITIBA

2017

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELO SISTEMA DE  
BIBLIOTECAS/UFPR-BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS  
MARIA TERESA ALVES GONZATI, CRB 9/1584  
COM OS DADOS FORNECIDOS PELO(A) AUTOR(A)

Keil, Malis Maria Liebl

Modelo de processo de gestão de design para territórios urbanos  
utilizando a noção de pertencimento / Malis Maria Liebl Keil. –  
Curitiba, 2017.

202 f.

Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Paraná . Setor de  
Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Design.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Virginia Souza de Carvalho Borges  
Kistmann

1. Design – Desenvolvimento de produtos – Espaços urbanos. 2.  
Cidades e vidas – Planejamento. I. Título. II. Universidade Federal  
do Paraná.

CDD 745.2





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
Setor ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN  
Programa de Pós Graduação em DESIGN  
Código CAPES: 40001016053P0


### TERMO DE APROVAÇÃO

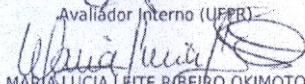
Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em DESIGN da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Tese de Doutorado de **MALIS MARIA LIEBL KEIL**, intitulada: **"Modelo de Processo de Gestão de Design para Territórios Urbanos Utilizando a Noção de Pertencimento"**, após terem inquirido a aluna e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua aprovação no rito de defesa.

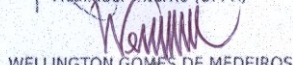
A outorga do título de doutor está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.


CURITIBA, 30 de Agosto de 2017.

  
VIRGINIA SOUZA DE CARVALHO BORGES KISTMANN  
Presidente da Banca Examinadora (UFPR)

  
ADRIANO HEEMANN  
Avaliador Interno (UFPR)

  
MARIA LUCIA LEITE RIBEIRO OKIMOTO  
Avaliador Interno (UFPR)

  
WELLINGTON GOMES DE MEDEIROS  
Avaliador Externo (UFCG)

  
LIAKRUCKEN PEREIRA  
Avaliador Externo (UEMG)

*À Ruy, meu esposo, meus filhos, Ruy Junior e Ricardo e à  
minha neta, Luisa.*

*Aos meus irmãos, Margit e Marcos e ao meu sobrinho Felipe.*

*Aos meus pais Alfredo e Irma (in memoriam).*

*Por todo o amor, por quem sou e por tudo o que alcancei.*

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, pela vida, benção e proteção.

À professora Virginia Souza de Carvalho Borges Kistmann, pela orientação, apoio, incentivos, confiança e principalmente pela amizade.

Aos amigos e colegas do PPGDesign, pela amizade, companheirismo e pela colaboração na realização deste trabalho.

Aos discentes do curso de Design da UnC, pela ajuda na realização das pesquisas de campo e testagem do modelo proposto.

Aos prefeitos, secretários e pessoal técnico das secretarias de Educação, Planejamento e Meio Ambiente, Planejamento e Urbanismo, e do SAMAE, dos municípios de Rio Negrinho e São Bento do Sul, SC.

Aos diretores de escolas municipais de São Bento do Sul, pela ajuda na pesquisa deste trabalho.

Ao Consórcio Intermunicipal Quiriri, especialmente à Leoni Fuerst, pela ajuda na execução deste trabalho.

Às amigas, Marilene Stroka, Cirene Heyse, Carolina Daros, pelo incentivo, apoio e carinho que me foi dado.

À Universidade do Contestado - UnC, pelo auxílio financeiro.

## CIDADE E ALMA\*

Uma cidade com um espírito grandioso não é suficiente. Não são suficientes palácios e monumentos, museus, catedrais e arcadas que se dirigem aos céus. Uma cidade que negligencia o bem-estar da alma faz com que a alma busque seu bem-estar de forma degradante e concreta, nas sombras desses mesmos reluzentes arranha-céus. Bem-estar, um fenômeno específico das cidades, não é apenas um problema econômico social, mas predominantemente um problema psicológico. A alma que não for cuidada quer seja na vida pessoal, quer seja na vida da comunidade torna-se uma criança raivosa. Ela assalta a cidade que a despersonalizou com uma raiva despersonalizada, uma violência contra os próprios objetos que representam a falta de alma uniformizada; vitrines de lojas, monumentos, parques, edifícios públicos. Aquilo que, em sua fúria, os habitantes da cidade resolveram atacar e defender (árvores, casas antigas e bairros), nesses últimos anos, é significativo.

Os bárbaros que atacaram a civilização já vieram, em outros tempos, de fora das muralhas. Hoje em dia, eles brotam de nossos próprios colos, criados em nossos próprios lares. O bárbaro é aquela parte em nós com a qual a cidade não fala, aquela alma em nós que não encontrou um lar em seu meio. A frustração dessa alma, em face da uniformidade e impessoalidade de grandes muros e torres (guaritas, grades, seguros e circuitos internos de TV, portas giratórias etc.), destrói como um bárbaro aquilo que não pode compreender, estruturas que representam a conquista da mente, o poder da vontade e a magnificência do espírito, mas que não refletem as necessidades da alma. Por nossa saúde psíquica e bem-estar de nossas cidades, continuemos a encontrar maneiras de abrir espaço para a alma.

\* HILLMAN, James. **Cidade e alma**. São Paulo: Studio Nobel, 1993, p. 42.

## RESUMO

Esta tese propõe um Modelo de Processo de Gestão de Design para Territórios Urbanos, utilizando a Noção de Pertencimento - UrbelD, que considera aspectos emocionais para o desenvolvimento do sentimento de pertencimento ao território pelos cidadãos. Nela, entende-se por design as atividades de projeto desenvolvidas por designers, arquitetos ou outros profissionais envolvidos no desenvolvimento de produtos para as cidades. A motivação inicial que gerou esta tese partiu do questionamento quanto aos motivos que, projetualmente, resultam em soluções de design de equipamentos urbanos inadequadas. Se o vandalismo é observado, em situações de não pertencimento, causando, inclusive, danos econômicos às prefeituras, em contrapartida, exemplos na literatura demonstram que ao sentirem-se pertencentes ao território, os cidadãos adquirem uma ligação emocional que faz com que o cuidado com o lugar em que habitam seja desenvolvido. Assim, buscou-se considerar elementos que refletissem sobre o desenvolvimento de relações emocionais positivas nos cidadãos em relação ao patrimônio público, aumentando o sentido de pertencimento, considerando a participação direta dos usuários na atividade projetual. Portanto, o objetivo central desta tese foi o desenvolvimento do modelo de estrutura de projeto, aqui denominado UrbelD, em que foi considerada a noção de pertencimento a partir das fases iniciais do projeto. No seu desenvolvimento, teve como foco o projeto de equipamentos urbanos, sendo utilizada a pesquisa qualitativa, de cunho teórico-aplicada, com base em revisão da literatura sobre as noções de design para o território e design e emoção, seguidos da proposição do modelo e realização de dois testes, em que ele foi aplicado, para verificação na prática sobre o seu modo de atuação. Além disso, foi realizada validação com especialistas e com a comunidade, seguidos de uma validação interna, com base na literatura. Os resultados obtidos foram considerados positivos, levando-se em conta os limites do estudo, por ter sido realizado junto a dois municípios com menos de 100.000 habitantes do Sul do Brasil. Então pautados na proposição de uma estrutura metodológica que toma por base o design para o território e o design para a emoção, e na busca pelo aumento do sentido de pertencimento em relação aos produtos para o uso coletivo em cidades.

**Palavras chave:** Design para o território. Design e emoção. Gestão de design. Modelo de design.



## ABSTRACT

This thesis proposes a Model Management Design Process for Urban Territories, using the Notion of Belonging - UrbeID, which considers emotional aspects for the development of citizens' sense of belonging to the territory. In it, design is understood as the design activities developed by designers, architects or other professionals involved in the development of products for the cities. The initial motivation that led to this thesis was the questioning of the reasons that, as a result, result in inadequate urban equipment design solutions. If vandalism is observed, in situations of non-belonging, causing even economic damages to municipal governments, in contrast, examples in the literature demonstrate that when they feel they belong to the territory, citizens acquire an emotional connection that causes care with the place in which they live is developed. Thus, it was sought to consider elements that reflect on the development of positive emotional relations in the citizens in relation to the public patrimony, increasing the sense of belonging, considering the direct participation of the users in the project activity. Therefore, the central objective of this thesis was the development of the project structure model, here denominated UrbeID, in which the notion of belonging from the initial phases of the project was considered. In its development, it focused on the urban equipment project, using qualitative research, based on a review of the literature on the notions of design for the territory and design and emotion, followed by the proposition of the model and two tests, in which it was applied, to verify in practice about its mode of operation. In addition, validation was performed with specialists and with the community, followed by an internal validation, based on the literature. The results obtained were considered positive, taking into account the limits of the study, since it was carried out with two municipalities with less than 100,000 inhabitants in the South of Brazil. Then guided by the proposition of a methodological framework which is based on the design for the planning and design for emotion; and in the quest for increased sense of belonging for products for collective use in cities.

**Keywords:** Design for the territory. Design and emotion. Design management. Design template.

## LISTA DE QUADROS E TABELAS

Tabela 1 – Revisão bibliográfica .....	17
Quadro 1 – Estrutura teórica de pesquisa da tese .....	28
Quadro 2 – Temas e autores pesquisados. ....	31
Quadro 3 – Definições do termo território. ....	38
Quadro 4 – Entrevistados e entidades pesquisados .....	162
Quadro 5 – Quadro do desempenho de objetivos nas avaliações realizadas. ....	164

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Estrutura da pesquisa em etapas.....	30
Figura 2 – Estrutura do conteúdo da fundamentação teórica.....	35
Figura 3 – Abordagem Sistêmica do Design Territorial .....	40
Figura 4 – Exemplos de avaliações emocionais positivas e negativas de acordo com Desmet.....	48
Figura 5 – Composição esquemática da arena social (CAMPBELL; JOVCHELOVITCH, 2000), onde os grupos de interesse dessa tese são a comunidade e a sociedade.....	56
Figura 6 – Esquema adaptado do modelo tripartite de apego ao lugar .....	62
Figura 7 – Esquema de construção do apego ao lugar .....	63
Figura 8 – Formação do sentimento de pertencimento a um lugar .....	65
Figura 9 – Representação da diretriz de segurança.....	71
Figura 10 – Representação da diretriz de laços sociais .....	72
Figura 11 – Rpresentação da diretriz de conforto .....	74
Figura 12 – Caracterização dos indivíduos que moram, ou visitam um lugar .....	76
Figura 13 – Representação das múltiplas camadas condutoras para dar forma à linguagem de design, competência e organização.....	79
Figura 14 – Modelo de processo Medesign_ forme del Mediterraneo.....	81
Figura 15 – Domínios sociais e perspectivas .....	83
Figura 16 – Representação exemplificada dos círculos de sustentabilidade .....	84
Figura 17 – Fases e subfases do projeto GreenKeys (COSTA, 2008; KASPERIDUS et al., 2006) .....	85
Figura 18 – Métodos aplicados ao modelo de análise. ....	87
Figura 19 – Dimensões de análise do território .....	88
Figura 20 – Base para a formação do modelo UrbeID .....	95
Figura 21 – Etapas do planejamento e execução das atividades do projeto.....	97
Figura 22 – Estrutura geral do modelo. ....	100
Figura 23 – Proposta do Modelo UrbeID.....	101
Figura 24 – Detalhamento do objetivo 1.....	102
Figura 25 – Detalhamento do Objetivo 1, Processo 1 Definir a competência a ser formada. ....	103
Figura 26 – Detalhamento do Objetivo 1, Processo 2. Identificar os atores .....	104

Figura 27 – Detalhamento do Objetivo 1, Processo 3. Estabelecer o grupo de apoio estratégico.....	104
Figura 28 – Detalhamento do Objetivo 1, Processo 4. Identificar e definir o sistema de relacionamento.....	105
Figura 29 – Detalhamento do Objetivo 1, Processo 5. Análise preliminar.....	106
Figura 30 – Detalhamento do Objetivo 1, Processo 6. Avaliação dos resultados. .	107
Figura 31 – Detalhamento do objetivo 2.....	108
Figura 32 – Detalhamento do Objetivo 2, Processo 1, Mapear o território.....	109
Figura 33 – Detalhamento do Objetivo 2, Processo 2, Avaliação dos resultados ...	110
Figura 34 – Detalhamento do Objetivo 3.....	111
Figura 35 – Detalhamento do Objetivo 3, Processo 1, Visão do governo e da comunidade.....	112
Figura 36 – Objetivo 3, Processo 2, Priorizar elementos que estimulem, representem a identificação com o território.....	113
Figura 37 – Objetivo 3, Processo 3, Avaliação dos resultados.....	114
Figura 38 – Detalhamento do Objetivo 4.....	115
Figura 39 – Detalhamento do Objetivo 4, Processo 1, Elaboração de diretrizes.....	116
Figura 40 – Detalhamento do Objetivo 4, Processo 2, Construção de cenários ....	116
Figura 41 – Detalhamento do Objetivo 4, Processo 3, Visualizar oportunidades ....	117
Figura 42 – Detalhamento do Objetivo 4, Processo 4, Sugerir ferramentas .....	118
Figura 43 – Detalhamento do Objetivo 4, Processo 5, Avaliação dos resultados ...	119
Figura 44 – Pontos de ônibus levantados na pesquisa. ....	131
Figura 45 – Ponto de ônibus, opção equipe Müller et al, 2015.....	140
Figura 46 – Ponto de ônibus, opção equipe Hack et al. (2015).....	141
Figura 47 – Ponto de ônibus, opção equipe Hackbart et al. (2015).....	142
Figura 48 – Slide da pesquisa de campo realizada no bairro Cruzeiro, em São Bento do Sul. ....	150
Figura 49 – Pesquisa de campo realizada no Bairro Cruzeiro em Rio Negrinho.....	151
Figura 50 – Lixeira de rua incorporada à linguagem imagética.....	154
Figura 51 – Inspiração do projeto executado por acadêmicos do curso de design. ....	159
Figura 52 – Opção de lixeira para vida urbana, Salomon et al., 2016.....	159
Figura 53 – Inspiração na construção em estilo arquitetônico enxaimel. ....	160
Figura 54 – Opção de lixeira para vida urbana, Grosskopf et al., 2016.....	160
Figura 55 – Etapas do modelo UrbelD .....	170

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
<b>2</b>	<b>DISCUSSÕES QUANTO À METODOLOGIA DA PESQUISA .....</b>	<b>27</b>
2.1	SELEÇÃO DO MÉTODO .....	28
2.2	ETAPAS DE PESQUISA .....	29
2.2.1	Etapa 1: Conscientização.....	30
2.2.2	Etapa 2: Sugestão e Desenvolvimento.....	31
2.2.3	Etapa 3: Avaliação.....	32
2.2.3.1	Testes.....	32
2.2.3.2	Validação com especialistas .....	32
2.2.4	Etapa 4. Considerações finais e Conclusão .....	33
<b>3</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>34</b>
3.1	DESIGN PARA O TERRITÓRIO .....	35
3.1.1.	Conceituação de território .....	36
3.1.2	O design e o território .....	39
3.1.3	Capital territorial e design.....	41
3.1.4	Design para o território urbano.....	42
3.2	DESIGN E EMOÇÃO .....	44
3.2.1	Design e emoção: três formas de abordagem.....	45
3.2.2	Design, emoção e valência .....	47
3.3	PERTENCIMENTO A UM LUGAR .....	50
3.3.1	Abordagem sociológica do pertencimento.....	52
3.3.2	A era pós-moderna e o pertencimento .....	53
3.3.3	Pertencimento e espaço geográfico .....	55
3.4	PERTENCIMENTO ASSOCIADO A UM LUGAR .....	56
3.4.1.	Polos de identificação do lugar pelo indivíduo.....	58
3.4.2	Pertencimento ao ambiente construído .....	59
3.5	APEGO A UM LUGAR .....	61
3.5.1	Design como impulsionador do pertencimento urbano.....	65
3.5.2	Dimensões e características de design para a identidade urbana .....	66
3.5.3	Impulsionadores de apego e pertencimento a um lugar.....	68
3.5.4	Emoções relacionadas ao apego ao lugar .....	68



3.5.4.1	Segurança .....	69
3.5.4.2	Laços sociais .....	71
3.5.4.3	Conforto .....	72
3.5.5	Atores sociais .....	75
3.5.6	Fatores emergentes .....	77
3.5.7	Condutores para a mudança .....	77
<b>4</b>	<b>MODELOS BASE PARA A ELABORAÇÃO DO URBEID .....</b>	<b>80</b>
4.1	PROJETOS DE ORIGEM GOVERNAMENTAL .....	80
4.1.1	O modelo Medesign forme del mediterrâneo .....	80
4.1.2	Circles of sustainability .....	82
4.2	PROJETOS DE PESQUISAS ACADÊMICAS .....	84
4.2.1	Greenkeys .....	84
4.2.2	Modelo de Wielewicki .....	86
4.2.3	Modelo de Celaschi e Krucken .....	87
<b>5</b>	<b>MODELO DE PROCESSO DE GESTÃO DE DESIGN PARA TERRITÓRIOS URBA NOS UTILIZANDO A NOÇÃO DE PERTENCIMENTO .....</b>	<b>89</b>
5.1	CRITÉRIOS PRELIMINARES .....	89
5.2	PRESSUPOSTOS TEÓRICOS .....	90
5.3	ESTRUTURA GERAL .....	95
5.4	A ETAPAS DO MODELO UrbeID .....	96
5.4.1	Etapa 1: Formação da parceria de competência .....	97
5.4.2	Etapa 2 – Caracterização do território .....	97
5.4.3	Etapa 3 – Definição de prioridades .....	98
5.4.4	Etapa 4 - Composição dos requisitos .....	98
5.5	SUBETAPAS DO MODELO DE DESIGN URBEID .....	99
5.5.1	Etapa 1 – Formação de parceria de competência .....	99
5.5.2	Etapa 2 – Caracterização do território .....	99
5.5.3	Etapa 3 – Definição de prioridades .....	99
5.5.4	Etapa 4 – Composição dos requisitos .....	99
5.6	ESTRUTURA GERAL DO MODELO .....	100
5.7	DETALHAMENTO DO MODELO URBEID .....	101
5.7.1	Formação da parceria de competência .....	102
5.7.2	Identificação do território alvo .....	107
5.7.3	Definir prioridades .....	110

5.7.4	Compor estratégias .....	114
<b>6</b>	<b>TESTES COM O ARTEFATO .....</b>	<b>120</b>
6.1	TESTE 1- PROJETO PARA A CIDADE DE RIO NEGRINHO – SC.....	121
6.2.1	Preparação para o Teste 1 .....	121
6.2.2	Aplicação das subetapas do modelo.....	121
6.2.2.1	Formação da competência estratégica.....	122
6.2.2.2	Etapa 2 - Identificação do território alvo .....	128
6.2.2.3	Etapa 3 - Definir prioridades.....	132
6.2.2.4	Etapa 4. Compor estratégias.....	135
6.2.3	Resultados de projeto.....	139
6.3	TESTE 2: PARA AS CIDADES DE SÃO BENTO DO SUL E RIO NEGRINHO .....	142
6.3.1	Etapa preliminar .....	142
6.3.2	Aplicação das subetapas do modelo.....	143
6.3.2.1	Etapa 1 – Formação da competência estratégica .....	143
6.3.2.2	Etapa 2 - Identificação do território.....	146
6.3.2.3	Etapa 3 - Definição de prioridades .....	151
6.3.2.4	Etapa 4 - Compor os requisitos .....	154
6.3.3	Resultados de projeto.....	157
<b>7</b>	<b>AVALIAÇÃO .....</b>	<b>161</b>
7.1	AVALIAÇÃO COM ESPECIALISTAS.....	161
7.2	AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS PELA PESQUISADORA .....	164
<b>8</b>	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>167</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>174</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>192</b>
	ANEXO 1 – APRESENTAÇÃO DAS CARACTERIZAÇÕES DE RIO NEGRINHO .	193
	ANEXO 2 – QUESTIONÁRIO DE WIELEWCKI .....	194

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho se insere no tema gestão de design (MOZOTA, 2013), associado ao design para as cidades. Considera que o estabelecimento de táticas pode auxiliar tanto nos aspectos referentes às políticas estratégicas das cidades, quanto nas atividades operacionais de design, associado ao contexto urbano. Para tanto, alinha a gestão de design à proposição de um modelo de design para equipamentos urbanos, denominado UrbeID, em que aspectos relativos ao pertencimento são considerados.

Para isso, apoia-se no conceito de design para o território<sup>1</sup> (MANZINI; MERONI, 2009), porém, alargando a perspectiva teórica dessa denominação. Nesse contexto, considera a emoção (MAFFEI; VILLARI, 2006; REYES, 2007), enquanto gatilho para a noção de pertencimento, apoiando-se na premissa de que ao sentir-se pertencente, existe uma identificação maior dos cidadãos com o seu local de moradia.

E, por design para a emoção, realizar ou investigar as ligações emocionais entre os usuários e produto ou serviço.

A motivação para o seu desenvolvimento partiu do fato de que, atualmente, as cidades são espaços urbanos cada vez mais densos e problemáticos em relação à conservação dos seus equipamentos urbanos.

Segundo uma pesquisa de 2011, divulgada na Urban Affairs Review, publicação acadêmica sobre urbanismo da Universidade de Chicago, pessoas são mais felizes quando vivem em cidades mais limpas e seguras. Até aí, mais do mesmo. Mas a pesquisa também indica que, acima desses dois, o fator que mais produz felicidade para moradores de grandes capitais é a beleza da cidade onde vivem. Para Ana Neute e Rafael Chvaicer, arquitetos do estúdio NeuteChvaicer, cidades mais bonitas ajudam as pessoas a entenderem o espaço urbano como algo além do funcional. Hoje o espaço público é visto por muitos apenas como um local de trânsito, atravessado para conseguir chegar em algum lugar, afirma Rafael. Apenas quando as pessoas alcançam seus destinos, uma casa, uma loja, é que encontram um espaço de estar, completa. Segundo o arquiteto, o acolhimento da casa, um lugar de estar, precisa ser incorporado pela cidade. A dupla acredita que muitas partes do espaço urbano - postes, placas, calçadas - fazem exatamente o contrário: aumentam a sensação que a cidade serve apenas para ser percorrida. Ou pior: que a cidade não é um lugar acolhedor, mas um espaço de violência (TAB, 2017).

---

<sup>1</sup> Do francês “terroir”.

Dados das Nações Unidas (2013) apontam que a metade da população mundial hoje é urbana e a previsão é de que, em 2050, as cidades abriguem 75% da população mundial e pelo seu crescimento vertiginoso se acumulam desejos e demandas da população. Em face de tal situação, observa-se, que o complexo e dinâmico conjunto de sentimentos em relação ao território, formado pelo ambiente construído e pelas relações sociais e emocionais, encontra-se em constante fluxo e mutação, de complexidade elevada.

Nas cidades, as estruturas formais, seus espaços, construções, vias de locomoção, entre outros, deveriam atuar como um local de reconhecimento da morada e da interação. Porém, ao realizar um projeto de obra pública, normalmente os habitantes não são consultados, sendo somente considerados como futuros usuários e suas demandas. Desejos, gostos, aspirações, não fazem parte, em geral, do escopo do projeto. Dessa forma, a interação e absorção desses espaços por parte dos usuários e moradores é fruto de condições não totalmente dominadas no projeto.

Projetos desenvolvidos para as cidades são, via de regra, estabelecidos pelas prefeituras, a partir de seus Planos Diretores, sendo o orçamento definido no início de cada gestão, em que são estabelecidas quais necessidades de melhorias da cidade serão privilegiadas pela administração da cidade. A partir de então, projetos são desenvolvidos de modo mais específico, dentre esses, os equipamentos urbanos, um dos muitos produtos de uso coletivo e de interesse público das cidades.

Em uma investigação sobre os dados disponíveis nos materiais da CAPES, SciVerse (Science Direct e Scopus) – Elsevier, Web of Science (ISI Web of Knowledge), JSTOR - Journal Storage, entre outros, no intervalo de tempo entre 2004 a 2016, em que uma busca, utilizando uma série de termos abrangentes (design, território, cidade, emoção, identidade e pertencimento) e, posteriormente, com a interação entre as palavras, obteve-se como resultado, após a aplicação de filtros para selecionar os trabalhos de maior relevância, o que está na Tabela 1, a seguir.

Tabela 1 – Revisão bibliográfica

<b>Área temática</b>	<b>Artigos</b>	<b>Teses e dissertações</b>
Design territorial	94	9
Design emocional	80	6
Design territorial e emocional	17	3
Identidade e pertencimento associado ao lugar	33	1
Modelos de processos de design	19	4
<b>Total</b>	<b>243</b>	<b>23</b>

Fonte: A autora (2017)

Como se observa na tabela acima, foram obtidos 243 artigos e 23 teses e dissertações. No caso dos artigos, as análises desenvolvidas abordavam os temas de forma parcial. Analisavam ou o território ou a emoção ocasionada em virtude de ações ou reações, realizadas ou vividas em um determinado contexto. Não foram encontrados estudos que abordassem esses dois campos de forma simultânea, que pudessem apoiar possíveis intervenções do design na área urbana, de uso coletivo e sob a administração pública.

Pela mesma tabela 1, destaca-se também o baixo número de teses e dissertações nos itens design territorial e emocional e identidade e pertencimento associado a um lugar. Nesses casos, as obras analisadas tinham por foco a criação ou manutenção de um acordo local de distribuição ou fornecimento de bens e serviços, no caso do design territorial. Quando direcionadas ao design emocional, visavam realizar ou investigar as ligações emocionais entre os usuários e produto ou serviço. E, analisadas as questões relacionadas à identidade em relação a um lugar, essas estavam associadas ao apego, manutenção ou projeção, mas no sentido de aproximar o indivíduo do lugar físico ou como se desenvolve o apego psicológico. No entanto, as pesquisas não tratam da criação de um espaço que agregue essas condições.

A partir da leitura dessas teses, dissertações e artigos acadêmicos, não se percebeu, a associação do território coligado à noção de pertencimento ou de identidade. Não foi encontrada nenhuma pesquisa que associasse essas informações ao processo de design, confirmando a lacuna inicialmente detectada inicialmente em 2013, quando do início da pesquisa, novamente não observada em uma revisão realizada em 2017.

Assim, a originalidade deste trabalho consistiu no desenvolvimento de uma estrutura de processo de design que considerasse o espaço público do território



urbano, de forma a salientar a percepção de pertencimento como um elemento chave para a estratégia da concepção desses espaços.

De acordo com Brown (2010) o designer tem a capacidade de identificar as necessidades dos consumidores e, conseqüentemente, tem mais chances de satisfazê-las. Ao considerar esse contexto e por pretender salientar que, por meio da obtenção e comutação do conhecimento sobre as percepções identitárias, com a finalidade de criar uma construção teórica para aplicação em territórios urbanos, apoiada pela colaboração entre comunidade, governo e pesquisador, justifica-se esta tese.

Para dar conta do cenário urbano e garantir a qualidade de vida dos habitantes é necessário, portanto, ir além das diretrizes tradicionais do design como, forma, função, materiais e produção. O direcionamento dos projetos urbanos fundamenta-se na interação entre pessoas, tecnologia e produtos, que servem como uma plataforma para funcionalidade, oferta de serviços e experiências (BUCHANAN, 2001). Assim, as questões que promovem o afeto, identidade e pertencimento ao local são primordiais em projetos de design urbano, pois criam laços emocionais que consolidam o bem-estar.

Dado o contexto e a problemática apresentados apresenta-se o seguinte questionamento:

*–Como projetar objetos e serviços de design, destinados a espaços públicos, que promovam a percepção de pertencimento a esse lugar?*

A partir dessa questão de pesquisa, considera-se que uma sistematização do processo de design para equipamentos urbanos poderia aumentar a noção de pertencimento dos cidadãos de um território, aqui considerado um bairro ou uma região. Com isso, o objetivo geral desta pesquisa pode ser assim descrito:

–Criar um modelo de processo de design de equipamento urbano que considere, na sua constituição geral, parâmetros que promovam a valorização do território urbano<sup>2</sup> a partir das percepções de identidade e pertencimento territorial.

---

<sup>2</sup> Considera-se neste trabalho território urbano o espaço delimitado pelo bairro ou vizinhança próxima.

Objetivando compreender melhor a questão principal, subdividiu-se o objetivo principal em objetivos específicos, conforme apresentado a seguir:

1. Caracterizar como as emoções reforçam ou anulam o pertencimento ao território, em relação ao design de equipamentos urbanos;
2. Verificar modelos que considerem o design, o território e as emoções;
3. Propor uma estrutura que relacione design/território/emoções para o pertencimento;
4. Verificar como essa estrutura se comporta em uma aplicação prática de projeto;
5. Verificar com especialistas e líderes comunitários como se dão os resultados da aplicação da estrutura em uma atividade projetual.

Considerando-se o exposto, a pesquisa toma como base que as teorias do design voltadas para a emoção podem contribuir para a construção de uma estrutura que valorize o pertencimento a um lugar. Nesse sentido, para tanto foram considerados os pressupostos:

- O apego a um lugar faz com que se tenha mais cuidado com ele (FELIPPE et al., 2012)
- As cidades continuarão a crescer em ritmo acelerado nos próximos anos e há necessidade de se desenvolver novas formas de projetar produtos e serviços, visando um desenvolvimento urbano sustentável, conciliado a um espaço social que proporcione maior bem-estar. (IBGE, Censo 2000; Organização Pan-Americana da Saúde, 2003, ONU, Fundo de População das Nações Unidas- UNFPA, 2011).
- O design pode auxiliar na conservação e estimulação das identidades territoriais através do seu potencial estratégico conferindo o conceito sistêmico de qualidade territorial (MANZINI; MERONI, 2009; FANZINI et al., 2012; KRUCKEN, 2009).
- A percepção de identidade e pertencimento, quando relacionados a um território urbano, pode ser trabalhada pelo design visando à sua valorização (MAFFEI; VILLARI, 2006; REYES, 2007).

Da perspectiva dos designers, das equipes de projeto, do governo, o trabalho poderá contribuir para que se possa:

- Compreender, de forma mais ampla, os usuários dos espaços públicos urbanos em sua interação com o território;
- Facilitar a definição das características dos produtos que promovam a percepção de pertencimento durante o processo de desenvolvimento do projeto de design.

E da perspectiva dos usuários:

- Tornar produtos/serviços reflexo das características do território, superando barreiras perceptivas, emocionais e de uso;
- Possibilitar aos usuários a participação ativa e a colaboração nas definições de espaços públicos de seu interesse.

Procurando solucionar o problema apresentado, é então proposta, nesta tese, uma estrutura teórica que orientou a configuração do modelo UrbeID, que se aplica ao processo de design para territórios urbanos, no qual se utiliza o design e a emoção, para a promoção da noção de pertencimento.

O trabalho aqui relatado se apoiou então em uma metodologia que considerou inicialmente que pesquisas urbanas são, por natureza, aplicadas, colaborativas e orientadas ao problema e cuja finalidade é a ajudar na tomada de decisões políticas cuja meta é a melhoria da qualidade de vida (ANDRONOVICH; RIPOSA, 1993). Para tanto, este trabalho teve como uma de suas etapas o conhecimento sobre o território e a percepção de pertencimento, assim como a codificação desse saber, com o intuito de propor um modelo de processo de design.

O design, nesse contexto, pode facilitar as mudanças ou adequações comportamentais que “sejam ao mesmo tempo apreciados pelos potenciais usuários e capazes de regenerar a qualidade do contexto onde se encontrar” (MANZINI, 2008, p. 57), ao fazer uso de formas apropriadas de comunicação da mensagem associada à valorização do território.

O processo de design, nesse caso, é considerado como uma ação cujos resultados, métodos próprios e instrumentos de trabalho resultam da interligação entre os diferentes níveis teóricos e experimentais de uma pesquisa prática sobre o próprio objeto do projeto. (MAFFEI; VILLARI, 2004).

Tendo em vista essas considerações, a presente tese, caracteriza-se como fenomenológica, por partir de um fenômeno da realidade, exploratória, ao buscar

estabelecer relações entre os diversos conceitos teóricos, qualitativa, na medida em que considera dados qualitativos quanto à aplicação do modelo, e aplicada, por desenvolver uma proposta de modelo para o processo de design. Utilizou com estrutura básica o *Design Science Research* (LACERDA et al., 2013).

Assim, ela se desmembrou em seis fases, a seguir:

- a) estabelecimento dos procedimentos metodológicos a serem adotados na pesquisa (Capítulo 2);
- b) elaboração da conceituação, com uma revisão da literatura, considerando três aspectos: o território urbano e o design, as emoções e o território, o processo de pertencimento e seus fatores (Capítulo 3);
- c) busca por modelos similares que poderiam servir de base na estruturação do novo modelo (Capítulo 4);
- d) definição de estrutura inicial e a caracterização da proposta do modelo, denominado UrbeID (Capítulo 5);
- e) realização de testes para verificar na prática como o modelo atua (Capítulo 6);
- f) avaliação, com a realização de pesquisas com usuários e membros da prefeitura (Capítulo 7);
- g) na sequência, a validação interna com a contraposição da literatura ao modelo e aos achados em relação à validação externa e estabelecimento de considerações finais a respeito da pesquisa e conclusão (Capítulo 8).

Considerando que a complexidade de relações, de ordem não linear, é adaptável, imprevisível, dinâmica, desordenada, como o que acontece nas cidades, o modelo UrbeID se apoia nas relações positivas dos habitantes com o espaço urbano, que ao se integrarem, interagirem e auto organizarem, como bem aponta Morin (1991), podem resultar em melhoria das condições de vida em geral de todos os cidadãos.

O trabalho justifica-se, inicialmente assim, por haver optado por um modelo que propicie a inclusão dos cidadãos no projeto dos equipamentos urbanos. Considera as características complexas de uma cidade como o espaço urbano articulado a uma rede interligada. Por conseguinte, compreende se tornar necessário tomar as cidades como organismos vivos e complexos, formados por

construções e por pessoas, com corpo e alma (HILLMAN, 1993; SENNET, 2012; BAUMAN, 2009; SANTOS, 2013).

Além disso, para Bauman (2009), é na cidade que a vida urbana atinge a sua mais completa expressão, tanto humana quanto física. Dificilmente outra obra humana é capaz de reunir uma rede tão diversa de relacionamentos, história e artefatos e a cidade, como organismo vivo, forma-se a partir da identificação coletiva entre indivíduos que partilham, compartilham e nela se reconhecem (BAUMAN, 2009; AUGÉ, 2007; SANTOS, 2012).

Para dar conta desse cenário de um comportamento social não só inclusivo e adaptativo, mas de aceitação das diferenças, é necessário conjugar, religar e estreitar relações entre o lugar e os atores envolvidos no processo de pertencimento a esse lugar. Numa mesma medida, a falta de apego e identificação com o lugar e as coisas dele, induz as pessoas que vivem ou passam pelo local a não se sentirem responsáveis pela manutenção e conservação desses espaços públicos e equipamentos de uso coletivo como pontos de ônibus, praças, ruas (ROCHA et. al., 2010).

Vários autores (GUILIANI, 2003, BROWN: PERKINS; BROWN, 2003, 2004), apoiam a ideia de que o apego a um lugar faz com que se tenha mais cuidado com ele. Esse processo se dá pela apropriação, pela identificação, pelo pertencimento. Para que ocorra a valorização das coisas do local é necessária a atenção às manifestações culturais dos lugares, seus produtos e serviços, estimulando o reconhecimento e orgulho dos sujeitos em pertencer ao local (SCANNEL; GIFFORD, 2010; RAYMOND; BROWN; WEBER, 2010).

Consequentemente, ativa-se uma rede de sistemas locais que “possuem alma, uma identidade única, uma dimensão global e, contemporaneamente, uma viabilidade econômico-produtiva” (MANZINI; MERONI em KRUCHEN, 2009, p. 16). Assim, o design, quando atua na valorização do território, faz a sua trajetória de intervenções, busca as características do lugar, visa à criação de identidades, aplica hipóteses seletivas, combina tipologias, funções, materiais, cores, tendo como referência as percepções de identidade e pertencimento que marcam esse território (MAFFEI; VILLARI, 2004).

O campo do design territorial é o que atua diretamente na raiz da questão, buscando a valorização das coisas do lugar. Esses objetivos podem ser de preservar algo antigo, como inovar criando relações identitárias entre os habitantes e



o lugar (GOSPODINI, 2004). Nesse contexto, território é compreendido como um local onde todas essas manifestações têm a chance de ocorrer, especialmente evidenciadas em projetos de design. O design aplicado a projetos territoriais estimula a transformação de pessoas, lugares, serviços e artefatos.

Mas para que isso ocorra, é necessário que haja intervenções de âmbito emocional, as pessoas necessitam sentir afeto e bem-estar em relação ao local (ZURLO, 2004; SEASSARO; SIMONELLI, 2004). Entende-se então que a questão do apego (ou a sua falta) a um lugar é, em essência, o fator central da valorização (ou desvalorização) de um lugar (rua, bairro, cidade), assim como a percepção de bem-estar e segurança. Diante disso, evidencia-se a necessidade de investigação dos aspectos subjetivos identitários e mecanismos para projetar produtos e serviços que criem ou ampliem a sensação de pertencimento a um lugar.

Para tanto, estudos do design que visam à conservação, desenvolvimento e valorização do território podem ser utilizados de tal modo que promovam a melhoria da qualidade de vida dos habitantes urbanos (GOSPODINI, 2004; SEASSARO; SIMONELLI, 2004; ZURLO, 2004; MAFFEI; VILLARI, 2004; MANZINI, 2009; KRUCKEN, 2009; REYES, 2007, 2010).

Os modelos de processos de design contemporâneos (LÖBACH, 2000; MUNARI, 1983; BAXTER, 1998; JONES, 1992) não dão conta de toda a complexa e dinâmica realidade de projetos territoriais urbanos (MAFFEI; VILLARI, 2004; MANZINI, 2008; CATANIA, 2011; FANZINI et al., 2012).

Diante disso, vislumbram-se novas formas de abordagem para o desenvolvimento de projetos de design, incorporando práticas que contemplam a construção de estratégias de desenvolvimento do design territorial e que sejam alinhadas aos preceitos emocionais envolvidos na identificação com um lugar (GEHL, 2013; HILLMAN, 1993).

O trabalho se justifica pela perspectiva econômica, ao considerar que a falta de cuidado com as coisas do lugar público gera um custo de milhões de reais anuais. Em fevereiro de 2015, o Departamento Municipal de Limpeza Urbana (DMLU) de Porto Alegre, RS, divulgou que a prefeitura gasta mensalmente R\$ 25 mil na recuperação de locais pichados. Em Curitiba, em 2013 foram gastos R\$ 3,1 milhões na recuperação de espaços públicos depredados (vidros quebrados, orelhões estragados e espaços de publicidade e pontos de ônibus danificados), segundo dados da Prefeitura Municipal de Curitiba (2013). No mesmo período, Belo

Horizonte gastou R\$ 2,1 milhões na recuperação de (semáforos, placas, radares, abrigos e lixeiras), dados da Empresa de Transporte e Trânsito de Belo Horizonte (BHTrans) e a Superintendência de Limpeza Urbana de Belo Horizonte (SLU). Dessa forma, projetos que aumentem a percepção de responsabilidade quanto aos espaços públicos podem beneficiar grande parte da população, por meio da poupança de recursos públicos.

Podem ainda gerar novos recursos, por meio do aumento da atividade turística, atraindo novos visitantes, oferecendo uma cidade que atraia pela sua identidade. Ao se considerar que, em termos de participação das economias de turismo no mundo o Brasil ocupa a 6ª posição, com uma renda de cerca de US\$ 1,4 trilhões, em 2013. (BRASIL. EMBRATUR, 2014)<sup>3</sup>. Em 2014, segundo dados do Ministério do Turismo (MTur), Curitiba foi escolhida como o 5º melhor destino no Brasil, e dentre os critérios avaliados destacam-se os indicativos: infraestrutura geral (1º lugar), aspecto ambiental (1º lugar), aspecto social (2º lugar), atrativos turísticos (3º lugar), políticas públicas (2º lugar) (CURITIBA. PREFEITURA MUNICIPAL, 2014)<sup>4</sup>. Além disso, destaca-se que, em 2013, no Brasil, considerando as atividades diretas, indiretas e induzidas do turismo somaram de 9,2% do PIB, o equivalente a US\$ 205,6 bilhões (ou R\$ 443,7 bilhões de reais) gerados (BRASIL. EMBRATUR, 2014)<sup>5</sup>. Portanto, a economia gerada pelo setor de turismo é relevante e apresenta possibilidades de ampliação do setor, com o aumento e distribuição de renda, melhoria da economia e qualidade de vida, o que deve ser considerado em projetos de design para aplicação em áreas públicas urbanas.

Na perspectiva social, projetos que visam à preservação, conservação ou criação de espaços públicos urbanos trazem diversos benefícios à população urbana. No estudo de Dunnett e Qasim (2000), sobre os jardins de Sheffield no Reino Unido, os espaços urbanos verdes, sejam jardins, quintais, praças ou parques, foram identificados como áreas que podem contribuir com o meio ambiente, promovendo uma paisagem bonita e relaxante, ao mesmo tempo o aumento da criatividade, interação entre vizinhos, produção de produtos orgânicos,

---

<sup>3</sup>Dados disponíveis em BRASIL. EMBRATUR. 2014. Disponível em:

<[http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas\\_noticias/20140417-1.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140417-1.html)>. Acesso em fev. 2015.

<sup>4</sup>CURITIBA (PR). Prefeitura Municipal. **Curitiba fica em 5.º lugar em lista de melhores destinos turísticos indutores do Brasil**. 16 dez. 2014. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/curitiba-fica-em-5-lugar-em-lista-de-melhores-destinos-turisticos-indutores-do-brasil/35119>>. Acesso em: fev. 2015.

<sup>5</sup>Dados disponíveis em BRASIL. EMBRATUR. 2014. Disponível em:

<[http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas\\_noticias/20140417-1.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140417-1.html)>. Acesso em fev. 2015.

aumento da atividade física, entre outros. No aspecto econômico, foi comprovada a valorização imobiliária das propriedades situadas próximas às áreas verdes (KEIL; KITSMANN, 2014).

Em outro estudo sobre a influência da criminalidade urbana de Philip Zimbardo (1969 apud WILSON; KELLING, 1982), chamada de “Teoria das Janelas Quebradas” e desdobramentos posteriores da mesma pesquisa, é comprovado o aumento da violência urbana em áreas com acúmulo de lixo, pichação, depredação ou desordem de qualquer natureza. Projetos de design para áreas urbanas devem considerar formas de reduzir essa possibilidade através do próprio resultado do projeto, e de conhecer os indivíduos que utilizarão esses espaços de forma a aumentar a identificação deles com esses lugares para que atuem como ‘protetores’ desses espaços. Ainda, relatos de moradores de áreas preservadas apontam o aumento da autoestima e orgulho, a partir da percepção de pertencimento com o lugar, quando os espaços públicos são cuidados e mantidos regularmente. (KEIL; KITSMANN, 2014).

No âmbito acadêmico, a justificativa desta pesquisa se dá pela constatação da lacuna nos modelos de processos de design que conectam o projeto apoiado nos aspectos emocionais, os quais são responsáveis pelo comportamento afetivo e identitário a um lugar, e no design para o território, ou seja, lugar onde os indivíduos vivem.

A elaboração dessa pesquisa e construção desta tese está então apresentada neste documento em nove capítulos, descritos a seguir:

No primeiro capítulo, INTRODUÇÃO, é apresentado o contexto da pesquisa e a formulação do problema. A seguir os pressupostos, o objetivo geral e objetivos específicos, seguidos da justificativa e contribuição ao conhecimento. Nesse capítulo ainda se encontra uma visão geral do método de pesquisa.

O segundo capítulo trata da DISCUSSÃO QUANTO À METODOLOGIA DE PESQUISA. Nele está detalhada a abordagem metodológica adotada na pesquisa, apresentando as justificativas quanto à seleção do método e definição das etapas, com suas particularidades.

Na FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA, capítulo três, considerando os objetivos pretendidos, são abordados os seguintes temas: 3.1. Design para o Território; 3.2. Design e Emoção; 3.3. Pertencimento a um lugar; 3.4. Associações identitárias; 3.5. Apego a um lugar.

No capítulo seguinte, Capítulo quatro, são apresentados MODELOS BASE PARA A GERAÇÃO DO URBEID, considerando modelos para projetos de design que possuem relação com o tema da pesquisa.

No quinto capítulo, MODELO DE PROCESSO DE GESTÃO DE DESIGN PARA TERRITÓRIOS URBANOS UTILIZANDO A NOÇÃO DE PERTENCIMENTO, é apresentada a estrutura do MODELO UrbeID. Inicialmente é definido o direcionamento do formato do modelo, para então analisar as preocupações e avaliações de espaços coletivos. Na sequência, são definidos os requisitos do modelo, a base teórica adotada e a arquitetura do modelo. A seguir, o modelo é detalhado, sintetizado, e são descritas as modalidades de aplicação.

No capítulo seis, são apresentados dois TESTES, desenvolvidos com a participação das municipalidades e moradores das duas cidades investigadas e para as quais foram executados projetos de abrigos para paradas de ônibus, com universitários.

O capítulo sete apresenta o resultado da AVALIAÇÃO, realizada com especialistas da prefeitura e membros da comunidade com respeito ao resultado de projeto.

Nas CONSIDERAÇÕES FINAIS E CONCLUSÃO, a validação do modelo é elaborada com a confrontação dos resultados dos testes com a literatura que serviu de base para a elaboração do modelo. Durante a pesquisa, percebeu-se que o modelo poderia ser aplicado parcial ou sequencialmente, com a compilação de algumas informações levantadas em projetos anteriores. Por isso, nesse capítulo, esses aspectos também são considerados, sendo os dados acrescidos. A resposta à pergunta de pesquisa, objetivos, limitações, futuras ações de design, contribuição e resultados alcançados definidas as técnicas de pesquisa que foram mais adequadas para o modelo são apresentados no capítulo final, oito.

## 2 DISCUSSÕES QUANTO À METODOLOGIA DA PESQUISA

Este capítulo discute o método científico considerado na realização desta tese. Ele parte do problema apresentado na revisão prévia da literatura, apresentada na Introdução deste documento, que aborda os temas direcionadores do problema e que se apoia na gestão de design para as cidades com base em duas áreas: design para o território e design emocional. A partir delas foi identificada uma lacuna quanto a orientações direcionais e de procedimentos para projetos que visem atender as demandas de projetos de design, direcionados a áreas públicas citadinas, como apresentado na Introdução dessa tese.

Com a pergunta delimitada pelo projeto que a orientou, que considera como projetar objetos e serviços de design, destinados a espaços públicos, utilizando fatores que promovam a percepção de pertencimento a esse lugar; este trabalho adota os posicionamentos filosóficos que norteiam a pesquisa. Caracteriza-se como de cunho aplicado, pois propõe um modelo para o design de equipamentos urbanos, com o modelo UrbeID, que condensa as informações a respeito do fenômeno, seus conceitos e considerações dos usuários. Insere-se, assim, na metodologia Design Science Research (LACERDA et al., 2013).

Ela também tem um caráter subjetivista fenomenológico, pois, na medida em que analisa um fenômeno a partir da proposição do modelo, descrevendo-o como ocorreu e interpretando seus resultados (CRESWELL; POTH, 2017). Esse posicionamento filosófico se justifica pelo fato desta tese estar inserida num contexto que evidencia a experiência e percepção emocional dos sujeitos sobre um espaço territorial.

Ao buscar na literatura existente fundamentos que orientaram o desenvolvimento do estudo do ponto de vista do estabelecimento de uma estrutura teórica e da proposição do modelo UrbeID, traz também uma característica exploratória e experimental (MARCONI; LAKATOS, 2004).

Além disso, o estudo está apoiado em metodologias qualitativas e de estudos da experiência humana, buscando a essência destas (MOUSTAKAS, 1994), já que o objetivo central dela decorrente foi criar um modelo de processo de design apto a realizar a investigação, elaboração e aplicação, em desenvolvimento de projeto design que considere na sua constituição geral, parâmetros que promovam a



valorização do território urbano a partir das percepções de identidade e pertencimento territorial.

Considera-se nesse trabalho, como território, o espaço urbano delimitado pelo bairro ou vizinhança próxima (MANZINI; MERONI, 2009). E, por design para a emoção, realizar ou investigar as ligações emocionais entre os usuários e produto ou serviço (MAFFEI; VILLARI, 2006; REYES, 2007).

## 2.1 SELEÇÃO DO MÉTODO

Para a estruturação metodológica, consideraram-se os objetivos específicos, os quais levaram às técnicas de pesquisa e suas ferramentas. Com base nesses objetivos, técnicas e ferramentas, a estrutura da pesquisa pode ser visualizada no Quadro 1.

Quadro 1 – Estrutura teórica de pesquisa da tese

Pergunta de pesquisa	Objetivo geral	Objetivos específicos	Ações a serem desenvolvidas	Técnicas
<i>Como projetar objetos e serviços de design, destinados a espaços públicos, que criem ou ampliem a percepção de pertencimento a esse lugar?</i>	Criar um modelo de processo de design de equipamento urbano que considere, na sua constituição geral, parâmetros que promovam a valorização do território urbano a partir das percepções de identidade e pertencimento territorial.	<b>Objetivo 1</b> Caracterizar como as emoções reforçam ou anulam o pertencimento ao território, em relação ao design de equipamentos urbanos	Caracterizar de modo teórico aspectos históricos e etimológicos quanto à noção de território e articular o design em produtos, serviços e pessoas a ele relacionados. Definir como o design para a emoção pode contribuir para o pertencimento/ identidade em relação ao território. Avaliar o fenômeno da emoção comportamental coletiva em relação a um lugar. Definir teoricamente o pertencimento/ identidade, suas funções, atores, fatores.	RBS RBN RGS
		<b>Objetivo 2</b> Verificar modelos similares	Buscar por estruturas existentes que possam auxiliar no estabelecimento de um modelo que integrem o design, a emoção e o território.	RBS RBN RGS
		<b>Objetivo 3</b> Propor uma estrutura que relacione território/	Desenvolver um arcabouço teórico e um modelo que associe os fatores referentes ao design territorial e o	Redação de fundamentação RGS

		emoções/ pertencimento	design emocional	
		<b>Objetivo 4</b> Verificar como essa estrutura se comporta em uma aplicação prática de projeto	Aplicar o modelo em atividades projetuais, para aferir na prática como o modelo se desempenha. Verificar como ele se vincula às atividades de projeto para equipamentos urbanos.	Testes projetuais realizados por estudantes de design da Universidade do Contestado-SC, considerando as cidades de Rio Negrinho e São Bento do Sul, ambas em Santa Catarina.
		<b>Objetivo 5</b> Verificar com especialistas como os resultados da aplicação da estrutura em uma atividade projetual se dão	Validação do modelo com especialistas para verificar se os resultados atendem ao esperado pela prefeitura e com membros da comunidade.	Entrevistas semiestruturadas com especialistas e com membros das comunidades locais.
		<b>Objetivo 6</b> Discussão dos resultados	Triangulação dos dados obtidos com a literatura para verificar se os resultados confirmam a incorporação dos fatores considerados na elaboração do modelo	Análise teórico-prática com redação de documento.
		<b>Objetivo 7</b> Responder à pergunta de pesquisa	Verificação dos resultados à luz da pergunta de pesquisa e objetivos pretendidos.	Análise teórico-prática com redação de documento.

Fonte: A autora (2016).

Com base nessa estrutura, podem-se estabelecer as etapas de pesquisa como a seguir:

## 2.2 ETAPAS DE PESQUISA

O desenvolvimento da pesquisa previsto foi definido em quatro etapas, seguindo a estrutura de pesquisa em Design Science, como na Figura 1, a seguir:

Figura 1 – Estrutura da pesquisa em etapas



Fonte: A autora (2016).

### 2.2.1 Etapa 1: Conscientização

Esta etapa consiste na revisão da literatura sobre os temas design para o território, design visando à emoção, pertencimento a um lugar, apego ao lugar, para descrever os aspectos a serem considerados na tese. Para isso, foram considerados autores que atendessem aos objetivos secundários propostos, como no Quadro 2.

Quadro 2 – Temas e autores pesquisados.

<b>Tema 1:</b> <b>Design para o território</b>	<b>Autores</b> Reyes (2010), Tonietto (2007), Souza e Pedón (2007), Gehl (2013), Manzini e Meroni (2009), Simonelli e Vignati (2004), Maffei e Villari (2004)
<b>Tema 2</b> <b>Design visando à emoção</b>	<b>Autores</b> Norman (2004); Iida (2006), Green (1999), Damazio (2006), Tonetto, Costa e Campelo (2011), Scolari (2008), Demir, Desmet e Hekkert (2009), Jordan (1999), Desmet, (2002 e 2010), Damásio (1996), Hekkert (2006), Schifferstein e Desmet (2010).
<b>Tema 3</b> <b>Pertencimento a um lugar</b>	<b>Autores</b> Lewicka (2011) Giuliani (2003), Low e Altman (1992), Quaresma (2005), Bauman (2005), Morin (1978), Casey (1993 e 1997), Castells (2006), Sennett (2012), Hall (2006), Souza e Pedon (2007), Augé (1995 e 2000), Duarte e Lima (2005), Scannell e Gifford (2010), Santos (2012), Hillman (1993), Lynch (2006), Oba (1998), Manzo (2005), Low & Altman, 1992; Garcia et al. (2002); Giuliani (2004), Hidalgo e Hernández (2001), Lewicka (2010), Ujang (2010), Lynch (2002).
<b>Tema 4</b> <b>Modelos similares</b>	<b>Autores</b> Fagnoni et al. (2004) ( <i>Medesign forme del Mediterraneo</i> ), Pacto Global da ONU, o Programa Cidades e Metrópole / Cidades Unidas e Governos Locais Unidos (CGLU) ( <i>O Círculos da Sustentabilidade</i> ), Kasperidus et al. (2006) ( <i>GreenKeys</i> ), Costa (2010) ( <i>GreenKeys</i> ), Wielewicki (2010) e o projeto Celaschi e Krucken (2010).

Fonte: A autora (2017).

Os dados oriundos dessa etapa servirão de base para a execução da etapa seguinte.

### 2.2.2 Etapa 2: Sugestão e Desenvolvimento

A partir da revisão da literatura, o trabalho considera de modo analítico e os aspectos a serem considerados na elaboração do modelo. Para isso, toma as técnicas de representação gráfica (RGS), para a proposta uma estrutura própria, que considerasse os requisitos teóricos (design territorial e design emocional, pertencimento e modelos similares), e uma nova forma de identificar e justapor esses dados para uma utilização prática. Resulta em um processo de design com métodos, técnicas, ferramentas, resultados e saídas.

### 2.2.3 Etapa 3: Avaliação

Após a montagem da estrutura do modelo, considera-se importante a sua aplicação prática, para verificar se ele se apresentava condizente com a realidade. Assim, a Etapa 3 consiste na realização de testes, efetivados em dois momentos através da validação com especialistas.

#### 2.2.3.1 Testes

Para a realização dos testes, as cidades selecionadas, como objeto de estudo, foram Rio Negrinho e São Bento do Sul, por conveniência, em virtude de a pesquisadora morar em uma das localidades e possuir relacionamento prévio com essas duas prefeituras.

O modelo teve sua aplicação prevista por estudantes de design selecionados junto ao sétimo período da Universidade do Contestado, localizada em Rio Negrinho, pelo fato da pesquisadora atuar como docente nessa instituição. Assim, os espaços da Universidade do Contestado foram considerados para a realização das atividades projetuais.

Considerou-se sua aplicação em dois anos subsequentes, seguindo o calendário acadêmico, com apoio e destino final dos resultados as administrações municipais dos locais da pesquisa.

Os projetos de design seguem a metodologia proposta pelo UrbeID, base a seguir para a utilização de uma metodologia de design tradicional (não avaliada nesta tese), para apresentar uma solução de design às administrações municipais.

#### 2.2.3.2 Validação com especialistas

Para a validação dos resultados obtidos, considera-se a apresentação dos resultados aos técnicos das prefeituras, para considerarem se os resultados dos projetos realizados atendem às demandas, cumprindo as necessidades apontadas pela população e pela administração municipal.

Para isso, prevê-se a apresentação do projeto (pela equipe de design) aos técnicos da prefeitura e a avaliação da viabilidade de implantação dos modelos da proposta.

Previu-se também uma avaliação da pesquisadora, em relação aos objetivos pretendidos com o novo artefato, na qual os seguintes critérios foram considerados:

- Utilidade do produto oferecido
- Adequação ao espaço/ambiente selecionado
- Adaptação ao gosto do usuário do lugar
- Atendimento às necessidades, normas, leis, previamente indicadas (prefeitura, população, técnicos)

#### 2.2.4 Etapa 4. Considerações finais e Conclusão

Nessa etapa, os dados obtidos são discutidos em face da literatura e na etapa de conclusão, os resultados obtidos se relacionam à pergunta de pesquisa e aos objetivos pretendidos. Limitações do estudo serão apresentadas e discutidas e pesquisas futuras indicadas.

A seguir, apresentam-se, na forma de capítulos, essas etapas realizadas.

### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo tem como objetivo apresentar as abordagens relacionadas ao design territorial, design emocional e percepção de pertencimento a um lugar, de modo a atender ao objetivo primeiro da tese. Esses temas foram estudados, porque o apego a um lugar cria laços emocionais e afetivos, que fazem com que as pessoas se identifiquem com esse lugar (ROCHA et. al., 2010). A partir disso, passam a zelar (cuidar, manter e preservar) e assim esse laço afetivo se fortalece, com um sentimento de pertencimento. Essa condição faz com que as pessoas cuidem do lugar público, auxiliando a prefeitura na manutenção e preservação do local (COSTA, 2010). Assim, esse recorte teórico realizado teve por objetivo possibilitar o entendimento de como se dá a percepção do pertencimento e como o design aplica esse conhecimento em projetos destinados à valorização de um território.

Inicialmente é apresentado o estudo sobre o design direcionado ao **território**, que nesta pesquisa é o território urbano. Parte-se do histórico etimológico e, na sequência, são relacionadas as questões que fazem com que um território seja reconhecido (interna e externamente) e como o design articula esse conhecimento e reconhecimento junto a produtos, serviços e pessoas.

No segundo tópico, discute-se o **design emocional** de forma a complementar os conhecimentos sobre pertencimento/identidade e design territorial. Busca-se compreender como ocorre o fenômeno da emoção, comportamento humano, em especial em relação a um lugar, sempre privilegiando como área de aplicação no design. Portanto, o foco é a compreensão de uma reação emocional coletiva, para poder ser aplicada a áreas públicas urbanas.

O terceiro tópico aborda o **pertencimento a um lugar**, sua abordagem sociológica, enfoque no espaço geográfico.

O quarto tópico enfoca o pertencimento relacionado às **associações identitárias** que promovem a ligação emocional com o lugar, e os marcos arquitetônicos urbanos.

No quinto, refere-se ao **apego a um lugar**, quais emoções são associadas e que favorecem o pertencimento a um lugar urbano, discutido quais as dimensões e quais características são associadas aos sentimentos de apego e de pertencimento.

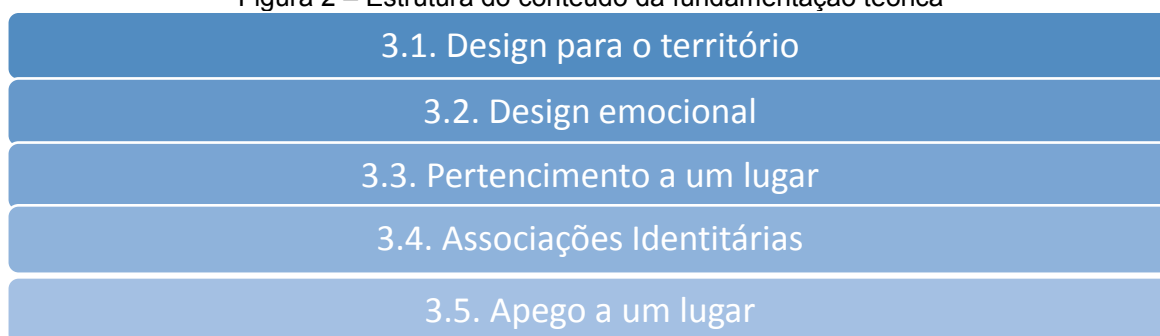
Nele são analisados também os impulsionadores do apego e de pertencimento. Para tanto foram analisadas as emoções relacionadas às ligações afetuosas a um lugar, como a segurança, laços sociais e conforto.

Questões que determinam a participação em grupos de apoio ao projeto pretendido, atores, as priorizações e as múltiplas camadas de um projeto com essas características são também consideradas. Apresenta as evidências de ligações afetivas que atrelassem a emoção a um lugar, e que essa resultasse no envolvimento afetivo com esse lugar, gerando a percepção de pertencimento e identificação com esse lugar específico.

Verifica e discute também quais os fatores emergentes, considerando os níveis que este projeto alcançará, em relação à interação entre os cidadãos, os órgãos públicos (prefeituras e órgãos de apoio) em conjunto com o(s) designer(s).

Essa revisão da literatura (Figura 2) foi determinante para a fundamentação teórica na construção do modelo apresentado nesta tese.

Figura 2 – Estrutura do conteúdo da fundamentação teórica



Fonte: A autora (2017).

A seguir apresentam-se esses tópicos:

### 3.1 DESIGN PARA O TERRITÓRIO

Segundo Reyes (2010), os territórios urbanos podem se beneficiar das estratégias do design, pois esses operam em contextos complexos de transformações contínuas. O design consegue reprojeter esse sistema por meio de estruturas projetuais que dão conta da “velocidade e complexidade das transformações sociais que se dão nesses espaços” (REYES, 2010, p. 3).



Dentro dessa ótica, buscaram-se dados que inicialmente conceituassem o território e como esse é visto sob a perspectiva do design e o quanto este pode contribuir para valorização do espaço urbano público.

### 3.1.1. Conceituação de território

A palavra território teve a sua origem na palavra francesa *terroir*, que consta na bibliografia francesa a partir de 1229, como

[...] sendo uma modificação lingüística de formas antigas (*tieroir*, *tioroer*), com origem no latim popular 'territorium'. Segundo o dicionário Le Nouveau Petit Robert (edição 1994), *terroir* designa 'uma extensão limitada de terra considerada do ponto de vista de suas aptidões agrícolas'. Referindo-se ao vinho, aparecem exemplos de significados como: 'solo apto à produção de um vinho', 'terroir produzindo um grand cru', 'vinho que possui um gosto de terroir', 'um gosto particular que resulta da natureza do solo onde a videira é cultivada' (TONIETTO, 2007, p. 1).

Essa palavra deriva do latim (*territorium*), que significa terra e nos tratados de agrimensura tem o significado de "pedaço de terra apropriada" (SOUZA; PEDON, 2007, p. 128).

A partir dos anos de 1940, o termo passou a distinguir uma região específica, quando a valorização da origem dos vinhos passou a "balizar critérios associados à qualidade de um vinho, incluindo o solo e a variedade, dentre outros" (TONIETTO, 2007, p. 1). A partir de então a palavra *terroir* significa a interação entre meio natural (clima, solo, relevo) e os fatores humanos (da produção) incluindo as variedades, aspectos agronômicos e de elaboração dos produtos.

Na verdade, o conceito de *terroir* é revelado, no vinho, pelo homem, pelo saber-fazer local. O *terroir*, por exemplo, dos vinhos se opõe a tudo o que é uniformização, padronização, standardização. Considera tudo que se relaciona ao natural, à origem, ao original, ao típico, ao seu caráter distintivo e ao que é característico (TONIETTO, 2007). Portanto, *terroir* incorpora fatores geográficos, sócios econômicos e jurídicos da região a qual representa. Portanto, não existe *terroir* sem o fator humano. E essa é a base do conceito de denominação de origem.

Por isso, para a geografia, é onde ocorrem as experiências humanas (SEAMON; SOWERS, 2008). É o espaço geográfico com identidade, relacional e

histórico (AUGÉ, 2007). Mas também é específico, concreto, conhecido, familiar, delimitado e ponto de práticas sociais específicas (GIDDENS, 1991). Lugar, local do sentido inscrito e simbolizado, o lugar antropológico (CERTEAU; GIARD; MAYOL, 1980) e onde criamos raízes (HALL, 2006).

Por oposição, é necessário também definir o Não-lugar, espaço não identitário, não relacional, não histórico, estéril. Podem ser instalações necessárias à circulação acelerada das pessoas e bens (vias expressas, trevos rodoviários, aeroportos), tanto quanto os próprios meios de transporte ou os grandes centros comerciais, ou ainda os campos de trânsito prolongado onde são estacionados os refugiados do planeta (AUGÉ, 2007).

Ele pode ser definido como um pedaço de terra apropriada; “locus da vivência, da experiência do indivíduo com o seu entorno com os outros homens, tendo a identidade como fator de aglutinação [...]” (SOUZA; PEDÓN, 2007, p. 127). Para estudos econômicos, o território igualmente é tratado como um espaço físico e delimitado: é bairro, comunidade, distrito (DINIZ; LEMOS, 2005). Na arquitetura o design do território é o desenho, projeto, delimitação, conformação do espaço geográfico, determinado por ruas, bairros, praças (GEHL, 2013).

Ampliando esses conceitos, Costa (1997) aponta três vertentes para o conceito de território:

- 1) a jurídico-política – definida por delimitações e controle de poder, especialmente o de caráter estatal;
- 2) a cultural(ista) – vista como produto da apropriação resultante do imaginário e/ou ‘identidade social sobre o espaço’;
- 3) a econômica – destacada pela desterritorialização como produto do confronto entre classes sociais e da “relação capital-trabalho” (COSTA, 1997, p. 39-40)

Contudo o mesmo autor (ibid), afirma que as posições múltiplas são as mais comuns. Para se entender o território, tão importante quanto perceber as relações de poder, é identificar quem domina ou influencia e o que o motiva a assumir essa atitude. A participação e engajamento dessa liderança é crucial para o sucesso das ações a serem desenvolvidas no território. Ações que tenham um território como local de execução devem considerar a população como coletivo, logo é por intermédio da sociologia que o cenário deve ser avaliado e estudado.

Na sociologia, o território é tratado como receptáculo onde se desenvolve a atividade humana. Não pode ser imposto, pois a sua apropriação não se dá por meio

da posse, mas por vínculos criados no plano do vivido, sentido, percebido e concebido, produzindo conhecimento e reconhecimento (CASTELLS, 2006; BAUMAN, 2005, 2009, SENNETT, 2012).

No território, a identidade dos que o constituem e o território, enquanto espaço, fundem-se, pois, a percepção de território enquanto apropriação do espaço, necessariamente envolve ligações afetivas (RAFFESTIN, 1993; CARLOS, 1996, SOUZA, 2001).

Para o design, o território é mais que uma porção geográfica, é tratado como identidade cultural e social, resultante do imaginário materializado, com bases na valorização do patrimônio local e tecido ao longo do tempo (MANZINI; MERONI, 2009). Nesse sentido, no território, os valores passam a ser compreendidos de uma nova forma, não só no aspecto econômico/quantitativo, mas de valor social/qualitativo. Portanto, o design com vistas a um território é responsável por recuperar, potencializar, desenhar, projetar e articular valores ora esquecidos, ora novos, sugerindo novas formas de projeção de planejamento urbano que atenda a novas realidades e propiciando a flexibilidade. Território não é somente um local estático, mas um espaço de mediação simbólica, cognitiva e prática, no qual sua materialidade, enquanto lugar exerce força sobre o comportamento social (REYES, 2010, SIMONELLI; VIGNATI, 2004; PICCINNO, 2004).

No Quadro 3, a seguir, são apresentados os temas de estudo dessa tese, território, nas diversas áreas do conhecimento, onde o termo incorpora diversas áreas do conhecimento e que são estudadas nesta pesquisa.

Quadro 3 – Definições do termo território.

Áreas do conhecimento	Definição do termo Território
<b>Geografia</b>	Espaço físico, lugar de vivência, de identificação do indivíduo com a coletividade e com o lugar.
<b>Economia</b>	Espaço físico delimitado: bairro, comunidade, distrito.
Arquitetura/Urbanismo	Desenho, projeto, delimitação e conformação do espaço geográfico determinado por ruas, bairros, praças.
<b>Sociologia</b>	Lugar onde se desenvolvem as atividades humanas, que se unem por meio de vínculos de identificação e relações afetivas.
<b>Design</b>	Local com identidade cultural e social resultante do conjunto de percepções e comportamentos que busquem valorizar o imaginário materializado do patrimônio cultural, natural e arquitetônico local.

Fonte: A autora (2016).

O Quadro 3, acima, demonstra que, quando esse conjunto de conceitos é submetido a uma síntese, é possível associar o território a um organismo vivo, com

alta complexidade. Assim, na presente pesquisa, sob a lente do design, o território é entendido como uma área determinada, com contornos físicos ou simbólicos que identificam socialmente, historicamente, culturalmente, um lugar e/ou um grupo de pessoas.

### 3.1.2 O design e o território

Ao percorrer a literatura do design, percebe-se um consenso sobre as definições e abrangência das atividades relacionadas ao design sob o ponto de vista geral.

Nela, a definição clássica de design está intimamente ligada à ideia de dar forma a algo. Porém, esse conceito se tornou mais abrangente com o passar do tempo. O International Council of Societies of Industrial Design – ICSID define o design como “um processo estratégico de resolução de problemas que impulsiona a inovação, constrói o sucesso empresarial e conduz a uma melhor qualidade de vida através de produtos inovadores, sistemas, serviços e experiências<sup>6</sup>” (ICSID, 2017).

Quando se projeta para um território, o conceito toma necessariamente uma amplitude, pois esse design precisa considerar as instituições, pensamentos, culturas, aprendizagem e conhecimento do território, que o caracterizam e lhe atribuem valor (MAFFEI e VILLARI, 2004).

O objetivo da tradução de valores e conteúdos de recursos do território em projetos é, portanto, tornar visível a peculiaridade territorial por intermédio de um processo de materialização de produtos, serviços, estratégias (MAFFEI; VILLARI, 2004). Nessa medida, o projeto pode ser considerado como atividade cujo objetivo é definir os artefatos físicos, bem como uma ação de criação de artefatos cuja natureza é imaterial, de natureza comunicativa e organizacional. Ele atua como, por exemplo, no projeto de serviços, como a definição de ferramentas operacionais e conceituais e instrumentais para apoiar o planejamento, processos, contratos relacionais.

Projetar para o território é modificar o foco referencial do planejamento, de individual (empresa ou indivíduo) para o contexto coletivo do território, apontando as

---

<sup>6</sup> “Industrial Design is a strategic problem-solving process that drives innovation, builds business success, and leads to a better quality of life through innovative products, systems, services, and experiences.” (<http://wdo.org/about/definition/>)

suas peculiaridades, tornando-o objeto de projeto. O território nesse contexto deve ser abordado como o ambiente em que as dimensões (materiais e imateriais, humanas, físicas, sociais e econômicas) se fundem (MAFFEI; VILLARI, 2004).

Na Figura 3, a seguir, percebe-se a relação do design territorial<sup>7</sup> com seus produtos, resultados e dimensões, conforme os autores citados (MAFFEI; VILLARI, 2004). Ele demonstra a relação entre os artefatos, serviços ou ferramentas com os resultados, processos e contratos relacionais a ele relacionados, objeto de estudo desse trabalho.

Figura 3 – Abordagem Sistêmica do Design Territorial



Fonte: A autora (2017, adaptado de Maffei e Villari, 2004)

Observa-se que nesse esquema de abordagem o produto final do design territorial pode tanto ser um artefato, serviço ou ferramenta, desde que transmita os valores locais. Se artefato, pode ser considerado como um vinho, uma fruta, um produto industrializado, tal como calçado, tecido etc. Como um serviço ofertado, pode ser um passeio turístico, música, odor típico etc. Ou como uma ferramenta metodológica, pode ser algo para a identificação e/ou ativação dos valores locais, (um modo de agir ou processar algo).

Diante disso, fica claro que o fator importante é a comunicação das características distintivas do território, independentemente da dimensão ou

<sup>7</sup> Neste trabalho, design para o território e design territorial significam o mesmo.

localização dele, consolidando o valor simbólico desse lugar e se transformando em capital territorial.

### 3.1.3 Capital territorial e design

O capital territorial refere-se a todos os elementos disponíveis para a área (MAFFEI; VILLARI, 2004). Essa abordagem é aplicada em elementos tangíveis e intangíveis e referem-se a bens de uma área, podendo ser atividades, paisagem, patrimônio, conhecimento, entre outros. Esse capital destina-se a identificar características de uma área. Dele fazem parte constituinte oito elementos “recursos físicos e sua gestão, cultura e identidade da área, recursos humanos, know-how e competências implícitas / explícitas, instituições e administrações locais, atividades e empresas, mercados e relações externas, a imagem, e percepção da área” (MAFFEI; VILLARI, 2004, p. 91).

Por isso, para Maffei e Villari (2004, p. 8) o “capital territorial é um sistema de recursos organizado em que as dinâmicas de aprendizagem são à base da ação do design territorial”.

A aprendizagem, citada acima, refere-se aos conhecimentos originados a partir de regiões ou sociedades. Ela permite a inovação, porque tem a capacidade de aprendizagem coletiva. O território atua como um local de aprendizagem, que funciona como coletora e, ao mesmo tempo, repositório de conhecimento e ideias, ao se apropriar de um *know-how* local para resolver problemas locais (MAFFEI; VILLARI, 2004; FLORIDA; TINAGLI, 2004).

Assim, o projeto de design que almeja o desenvolvimento local deve abarcar as referências locais e dá conta das peculiaridades e limites específicos, do capital territorial.

Nesse sentido, o *Osservatorio Europeo Leader* define capital territorial da seguinte forma:

[...] o ‘capital territorial’ é o agregado dos elementos (materiais e imateriais) a serviço do território, que podem ser pontos de força ou vínculos reais de acordo com os aspectos considerados. [...] O conceito de ‘capital territorial’ não é uma ideia estática, mas dinâmica. Corresponde à descrição analítica da ideia de território pertencente a quem está procurando uma gama de ação. [...] O capital territorial envolve todos os elementos constitutivos da riqueza do território (atividades, paisagens, recursos, saber-fazer, etc.), não com o objetivo de elaborar um livro de inventário, mas para procurar e

localizar recursos a serem aprimorados (OSSERVATORIO EUROPEO LEADER, 2000 apud MAFFEI; VILLARI, 2004, p. 37)<sup>8</sup>

Esse capital territorial é descrito por Simonelli e Vignati (2004) como a combinação integrada de cinco recursos principais:

- a) Know-how e competência: tecnologia, capacidade, valores e interesses comuns.
- b) Recursos humanos.
- c) Recursos físicos e sua gestão.
- d) Formas de governança e seus atores.
- e) Mercados e relações com o mundo exterior ao lugar.

Esses autores (ibid) afirmam também que quanto maior for a integração entre esses fatores, maior será a probabilidade de desenvolvimento local.

O objetivo da ação do design em escala territorial é, portanto, promover, favorecer, iniciar e consolidar ações que favoreçam um processo de crescimento técnico, cultural e social, ligados a uma área geográfica específica. Isso é feito a partir do conhecimento da especialidade específica do lugar que se pretende destacar, no sentido de projetar para favorecer ou promover o desenvolvimento. O design territorial pode, portanto, iniciar ações múltiplas interligadas com diferentes níveis de projeto: o objetivo é sempre melhorar a quantidade, qualidade, acessibilidade, distribuição dos recursos locais, sejam elas materiais ou imateriais (humanos, físicos, conhecimento, recursos de relacionamento) que compõem o capital territorial (FAGNONI; GAMBARO; VANNICOLA, 2004).

### 3.1.4 Design para o território urbano

O território urbano vem sendo afetado pela dinâmica fluída dos tempos atuais, modificando a forma de viver nas cidades. As pessoas vêm se organizando de maneira mais dispersa e os espaços públicos, antes espaços de encontros,

---

<sup>8</sup> [...] The “territorial capital” is the aggregate of the elements (material and immaterial) at the service of the territory, which can be either strength points or real bonds according to the aspects considered. [...] The concept of “territorial capital” is not a static idea, but a dynamic one. It corresponds to the analytical description of the idea of territory belonging to who is looking for a range of action. [...] The territorial capital involves all the elements constitutive of the richness of the territory (activities, landscape, resources, know-how, etc.), not to the aim of drawing up a book inventory, but in order to look for and locate features to be enhanced [...]. Tradução livre da autora.

tornam-se locais de circulação. Para isso, busca-se recuperar o espaço urbano para novamente acolher e atrair os cidadãos visando uma interação entre eles (ROSA, 2011). Portanto, ao projetar para uma cidade ou bairro, o designer depara-se com os aspectos tangíveis e intangíveis – relacionamentos, conhecimento, confiança, cultura, entre outros. Dessa forma, ao conectar pessoas e coisas do lugar, é possível reforçar o capital territorial, produzir e distribuir conhecimentos.

Entretanto, para se atingir essa meta, é primordial que o designer esteja conectado com o lugar, satisfeito com o ambiente habitacional e com seu entorno, ‘imagem do lugar, aparência do lugar e composição visual do lugar’ (REIS; LAY, 2003, p. 08), de forma a compreender como as comunidades agem e aprendem. Pois segundo esses autores, apoiados em Lynch (1960), “a imagem de um lugar invoca o processo de cognição, em que a experiência prévia, os valores e a informação armazenada estão presentes, então a estética simbólica que considera o significado de um lugar”. A aparência do lugar é entendida como uma coleção de elementos morfológicos construídos e naturais de um certo lugar, assim como a limpeza e manutenção podem afetar a percepção estética desse lugar. Por último, a “riqueza visual da aparência ambiental” é caracterizada por “superfícies ordenadas com cores distintas e diferentes níveis de iluminação, texturas, vegetação e movimento de objetos, veículos e pessoas” (REIS; LAY, 2003, p. 08)

Esse é um processo colaborativo, que tenha capacidade de envolver ativamente as pessoas de diferentes contextos - designers, profissionais de outras áreas, cidadãos, empresas, instituições e governo - no processo, convidando-os a partilhar habilidades e competências específicas (VILLARI, 2004).

Villari (2004) pondera que haverá maior possibilidade de conexão territorial urbana se três fatores estiverem alinhados em prol de uma mesma finalidade:

- a) políticas regionais, orientando a agenda local e as ações de planejamento, e, tomada de decisão;
- b) envolvimento ativo de pessoas de diferentes contextos no processo;
- c) conexão entre decisores políticos, empresários, acadêmicos e trabalhadores do terceiro setor.

Por outro lado, as soluções de design, encontradas em escala local, nem sempre poderão ser reproduzidas em larga escala ou em outros lugares, pois não atendem a uma demanda específica (VILLARI, 2004).



Consequentemente, o design tem competências que permitem a participação em projetos destinados a um espaço público urbano, desde que integre a expressão física com o processo social. Segundo Lima e Maleque (2004, p. 53), esse “processo social envolve a vivência e a representação, bem como estratégias para o exercício de poder”.

Sendo assim, o processo projetual exige uma habilidade de integração entre os envolvidos, capacidade de interlocução e mediação entre todas as partes. Nesse sentido, o entendimento do processo físico da emoção e suas consequências no relacionamento interpessoal passam a fazer parte do processo de design.

### 3.2 DESIGN E EMOÇÃO

A partir da década de 1990, o cenário internacional presenciou um novo campo de estudo dentro do design – na época, referenciado como design emocional. Posteriormente, o campo de estudo passou a adotar dois termos, *Design Emocional* (NORMAN, 2004; IIDA, 2006) e *Design e (para a) Emoção* (GREEN, 1999, DAMAZIO, 2006). Esses termos são trazidos aqui porque são frequentemente encontrados na literatura do design e na mesma frequência dúbios.

Para Demir et al., 2009 (apud TONETTO, 2011, p. 132), design emocional pode ser traduzindo como “área se refere à profissionalização do projetar com o intuito explícito de despertar ou evitar determinadas emoções”.

O uso dos termos design e emoção, seguindo o direcionamento dado pela fundação *Design and Emotion Society* (Sociedade de Design e Emoção), “tem se focado no desenvolvimento de modelos para descrever a relação emocional indivíduo produto, contribuindo tanto para as decisões durante o projeto como para o desenvolvimento de ferramentas de auxílio (identificação, medição) ao processo de Design” (SCOLARI, 2008, p 35).

Mesmo que as emoções fossem parte da atividade de design desde as primeiras propostas metodológicas, a relevância desse campo inicia-se quando o design se une à psicologia e à neurociência em busca do entendimento do fenômeno da emoção, como em Jordan (1999), Desmet (2002) e Norman (2004).

Verifica-se aparente consenso no cenário internacional quanto ao design emocional, pois se apoia no

[...] emprego de teorias específicas que provém do casamento anteriormente referido entre psicologia, design e pesquisa, assumindo que a emoção pode ser previsível e controlável, e que o projeto de design pode atuar na modelação das experiências emocionais desejadas pelas pessoas. [...] A área é fortemente baseada em pesquisa direta com os usuários, de modo que a única forma de certificação de que o projeto realmente atingiria seu êxito, com foco na emoção, é a aproximação do designer com o usuário e, portanto, com a atividade de pesquisa (TONETTO, 2011, p. 133).

O design emocional é explicado por meio da experiência emocional a que se submetem os usuários dessa experiência. Jordan (1999), Desmet, (2002) e Norman (2004).

Entretanto, para Tonetto (2011), o design emocional está vinculado, pelo menos, à estética e ao significado. Ele deve ser entendido como uma “abordagem holística das necessidades e desejos do usuário que um mecanismo de manipulação de sua experiência” (TONETTO, 2011, p. 133-134).

Fica evidente, nas pesquisas sobre design emocional, que a manipulação da emoção é entendida como prática indesejada. O que se busca por meio do design emocional é uma experiência emocional positiva que o usuário deseja. O papel do design é incluir nos projetos os elementos que tem maior probabilidade de despertar essas emoções.

Para isso, é essencial compreender qual é o significado de emoção, para esta tese, o que será abordado a seguir.

### 3.2.1 Design e emoção: três formas de abordagem

A emoção é tratada, nesta tese, como uma "resposta a eventos que são importantes para o indivíduo, [...] são experiências subjetivas. Seu núcleo é a experiência de prazer ou dor [...] (cujo objetivo) é salvaguardar nosso bem estar"<sup>9</sup> (FRIJDA, 1986, p. 275).

A questão crucial das emoções, seja qual for a manifestação, é sentir-se bem ou sentir-se mal diante de um acontecimento (DESMET, 2010). Todavia, mesmo sendo uma experiência subjetiva e individual, é possível identificar reações corporais associadas às emoções, rotular quanto à sua avaliação, positiva ou negativa, sua intensidade, hedonicidade e duração. Essas reações, que são observáveis, podem ocorrer num curto espaço de tempo, até em segundos. Dessa

---

<sup>9</sup> Texto original com a observação de tradução da autora

forma, a neurobiologia pode investigá-las objetivamente (DAMÁSIO, 1996). Porém, a presente pesquisa não teve o objetivo de identificar na fisiologia cerebral onde as emoções acontecem, mas qual é o efeito delas sobre as percepções humanas em determinados contextos, especialmente na interação entre usuários e produtos.

Estudos realizados desde o final dos anos 1990, por três de seus principais interlocutores, Donald Norman, Patrick Jordan e Pieter Desmet, categorizam as emoções sob três formas de abordagem, como a seguir:

- 1) Agradabilidade (JORDAN, 1999) – Nessa abordagem é proposta uma análise com base em uma estrutura psicológica, que pode identificar diversos tipos de níveis de agradabilidade em objetos. Nela, as fontes de prazer estariam ligadas às emoções fisiológicas, pelas sensações corporais; emoções psicológicas, a partir de benefícios pessoais; e emoções sociológicas, quando estimulam as interações sociais; e emoções ideológicas, relacionadas aos valores morais, estimulações sensoriais que “elevam” o espírito (música, arte, livros, entre outros).
- 2) Nível de processamento (NORMAN, 2004) – Norman explica que a emoção em relação a um produto se forma a partir de uma estrutura neurobiológica. Nesse nível de processamento, distinguem-se três níveis de processamento de informação: a) Nível Visceral – que apresenta respostas básicas associadas à sobrevivência, geneticamente programadas. b) Nível Comportamental – que envolve o aprendizado anterior e respostas afetivas automáticas. c) Nível Reflexivo – que envolve respostas afetivas a partir do pensamento consciente.
- 3) Em linha com esses níveis, Norman propôs três estratégias de design: a) design de aparência (projeto visceral), b) design para facilidade de uso (concepção comportamental), e c) design de sentido reflexivo (projeto reflexivo) (DEMIR; DESMET; HEKKERT, 2009).
- 4) Avaliação (diagnóstico) cognitiva (DESMET, 2002, 2010) – Essa concepção se apoia na visão psicológica, na emoção que o produto desencadeia, baseado nos mecanismos cognitivos que intervêm ao ver, usar, possuir ou pensar em um produto. Fundamenta-se na propriedade de um objeto despertar três reações. a) Utilidade – em que a situação avaliada é tida como útil, proposital, vantajosa ou benéfica. b) Agradabilidade – por provocar prazer físico ou sensorial. c) Legitimidade positiva – pela

capacidade de atingir ou superar as expectativas. Da mesma forma, essa abordagem considera os opostos dessas reações.

As diferentes abordagens apresentadas buscam compreender as reações emocionais para que essas possam ser previstas, projetadas e avaliadas não só em produtos, mas também em serviços. Como sustentado anteriormente, as emoções são respostas às mudanças percebidas, e como tal, o indivíduo precisa entender e dar importância ou avaliar como relevante ao seu bem-estar. É esse “significado pessoal de um evento, em vez do próprio acontecimento, que gera a emoção<sup>10</sup>” (DESMET, 2010, p. 2).

Considerando-se que as emoções não podem ser dissociadas da vida diária do ser humano, boas práticas de projeto centrados no usuário são mais relevantes em atividades estressantes onde distrações, gargalos e irritações precisam ser minimizados. Isso porque, em situações agradáveis, positivas, as pessoas são muito mais propensas a serem tolerantes com pequenas dificuldades e irrelevâncias (NORMAN, 2002).

### 3.2.2 Design, emoção e valência

Uma característica fundamental da emoção é o sentimento. O sentimento, para Damásio (1996, 2000), é uma experiência mental e, como tal não pode ser mensurada, mas percebida individualmente. É o quanto se sente uma determinada emoção: raiva, alegria, tristeza, medo, repugnância, surpresa. Dessa forma, o sentimento só pode ser avaliado por quem o sente. Por essa razão, as avaliações emocionais normalmente apresentam imagens que explicam as avaliações emocionais.

As emoções são agudas e duram um curto espaço de tempo, no máximo horas. No entanto, os estados de espírito perduram por muito tempo, mas nem sempre são conscientes. No caso de estados de humor (alegre, triste, preocupado, entre outros), esses tendem a perdurar por mais tempo (longo prazo), até por diversos dias. Quando momentâneas, as emoções são consideradas perturbações

---

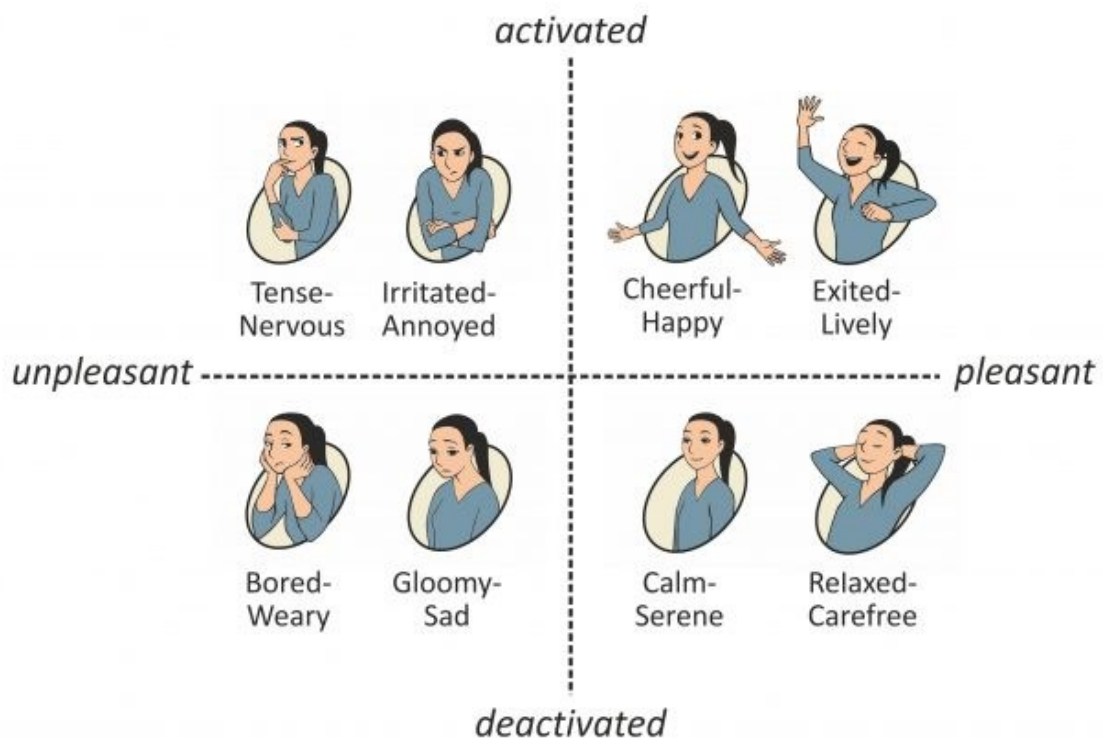
<sup>10</sup> Tradução livre da autora.

que se sobrepõem a um fundo afetivo. Portanto as emoções são “direcionadas” e os “estados de espírito são globais”.

[...] as emoções são sempre dirigidas a alguém ou a algo (alguém tem medo de algo, orgulhoso de alguma coisa e está apaixonado por alguma coisa), os estados de espírito não são direcionados a um objeto particular, mas sim, ao mundo como um todo (STUDIOLAB, 2017).

A emoção pode ser classificada conforme a reação apresentada pelo usuário, mesmo que essa dure apenas alguns segundos, conforme apontado na Figura 4. O objetivo dessa ação é identificar visualmente qual a resposta externada pelo corpo para tal emoção.

Figura 4 – Exemplos de avaliações emocionais positivas e negativas de acordo com Desmet



Fonte: Desmet, Vastenburg e Romero (2016, p 02)

As emoções são tipificadas de acordo com a reação física e essas podem determinar a reação emocional, mesmo que ela não seja externada em palavras.

Uma segunda característica fundamental da emoção é o comportamento. Isso, porque nosso comportamento emocional é dirigido para a adaptação a um estímulo, com o objetivo de estabelecer ou fortalecer as relações com as coisas que contribuem para o nosso bem-estar (emoções positivas), e influenciar, enfraquecer

ou extinguir relações com aqueles que ameaçam nosso bem-estar (emoções negativas). Isso significa que todo o nosso comportamento emocional é impulsionado por objetivos relacionais e orientado para um estado futuro desejado ou ideal da relação.

Para Desmet (2008), as reações emocionais com um produto podem ser identificadas, porque o processo que desencadeia emoções é essencialmente universal, embora as emoções sejam individuais, subjetivas. As respostas emocionais podem divergir entre os consumidores. Podem também serem modificadas, dependendo da situação e do tempo, tanto quanto podem ainda provocar múltiplas emoções simultaneamente (DESMET, 2008).

Russel (1991) afirmou que cada emoção pode ser descrita de acordo com sua posição sobre as dimensões de prazer e excitação. Portanto, a emoção depende do nível de excitação positiva ou negativa em que a pessoa se encontra. Um mesmo evento pode despertar tanto emoções positivas quanto negativas, dependendo da predisposição hedônica da pessoa e da quantidade de valência do nível de acionamento. Nesse sentido, segundo Damásio (2006), as emoções desempenham um papel fundamental na racionalidade humana. Os sentimentos bons ou ruins orientam o comportamento humano e a tomada de decisão. As emoções classificam-se como positivas quando acionam estímulos que são benéficos ou como emoções negativas quando nos afastam de estímulos prejudiciais ou ameaçadores. Essa assimetria de valência é que permite a distinção da reação emocional vivenciadas em resposta a produtos. Portanto, a valorização das emoções positivas e negativas determina a dimensão do prazer e desempenha um papel importante na descrição e categorização das diferentes emoções.

Para Schifferstein e Desmet (2010), ao buscar as dimensões adjacentes de uma experiência emocional, encontra-se pelo menos uma dimensão adicional descrita como ativação, excitação ou gatilho da dimensão. Essa ativação é consequência de um estado emocional vivenciado pelo usuário e que propicia uma determinada reação.

Mas, mesmo que as emoções positivas sejam facilmente reconhecidas pelas pessoas, pesquisas sobre as avaliações das reações emocionais se concentram mais nas emoções negativas que nas positivas. A explicação para a ênfase nas emoções negativas, segundo Frijda (1986), é a necessidade de sobrevivência. O autor propôs uma lei da assimetria hedônica, na qual é verificada a adaptação

assimétrica ao prazer ou dor: o prazer é sempre condicionado à mudança e desaparece com a satisfação contínua tendendo à neutralidade, enquanto a dor continuará persistindo sob condições adversas.

Para Fredrickson e Branigan (2005) existe uma segunda razão, pois as tendências das emoções negativas são associadas a problemas sérios para pessoas e sociedade. Emoções tais como raiva, depressão e ansiedade. Para a resolução dos problemas geradores dessas emoções negativas, as pessoas precisam descrever com precisão o que sentem, pois o exercício de compreensão do fator gerador faz com que seja mais explícita a emoção. As reações delas decorrentes podem ser, frequentemente, medidas por fatores fisiológicos como pressão sanguínea e redirecionamento do fluxo sanguíneo para músculos estriados esqueléticos, responsáveis movimentos fortes e voluntários, utilizados numa fuga, por exemplo (ibid).

Em contraponto, nas emoções agradáveis não é importante conhecer exatamente o que se está sentindo (FREDRICKSON; BRANIGAN, 2005), pois essa emoção não acarreta perigo. Por conseguinte, as ações delas oriundas são vagas e não específicas, como por exemplo, a satisfação e não geram reações fisiológicas que permitam a exata mensuração (SCHIFFERSTEIN; DESMET, 2010).

Quando relacionadas a produtos, pesquisas (DESMET, 2002; DESMET; SCHIFFERSTEIN, 2008) demonstram que nos produtos disponíveis em lojas e supermercados, há predominância das emoções positivas, pois elas são projetadas para atrair os consumidores e provocar sensações agradáveis. Nessa situação, no caso de emoções negativas, o consumidor pode optar por não efetuar a compra, a ignorar, substituir, ou descartar o produto, e assim, reduzir o impacto de estímulos negativos.

Entender essas reações emocionais, torna-se crucial para o designer, pois se ele identificar quais características do produto podem provocar emoções negativas, esse conhecimento pode ajudar a prevenir um impacto emocional negativo do novo design.

### 3.3 PERTENCIMENTO A UM LUGAR

Do ponto de vista filosófico, conforme Marques (2011), na Grécia antiga, Parmênides, propôs o enunciado “*o mesmo é pensar e ser*”, que Heidegger

interpretou da seguinte forma: “que o mesmo, ou seja, a identidade é ser no sentido de pertencer ao ser”. Assim, a proposta de identidade para Heidegger amplia-se um pouco mais e inclui o pensar, “a identidade é o que faz a relação de co-pertença entre ser e pensar” (MARQUES, 2011, p. 187-188), chegando ao ponto que a identidade é o horizonte de compreensão que define o ser.

Já sociologicamente, Hall (2006) afirma que todas as identidades estão localizadas no espaço e tempo simbólicos. Ele corrobora com Said (1990), afirmando que o pertencimento obedece às geografias imaginárias, com “paisagens” características, com seu senso de lugar de casa e lar (HALL, 2006).

Assim sendo, é fundamental para as relações humanas, que os indivíduos se sintam pertencentes a algo com o qual se identifiquem. Em decorrência dessa questão, o primeiro “estágio” de aderência a uma identidade é a *percepção de fazer parte*, de ser do mesmo grupo ou de ter os mesmos interesses. Num segundo momento, quando esse pertencimento já está consolidado, então, desponta a identidade como um fato inquestionável, pelo menos naquele momento.

A necessidade do ser humano de fazer parte, de ter raízes, de fazer parte da história de forma singular e irrepetível, faz com que as pessoas desejem lugares únicos e reconhecíveis. A mesmice de um lugar, independentemente da escala do local, pasteuriza as paisagens ao ponto de não se saber onde está dada a uniformidade arquitetônica e comercial (LEWICKA, 2011).

O fator que desencadeia o apego é o significado que esse lugar tem para a pessoa (GIULIANI, 2003, LOW; ALTMAN, 1992, entre outros). Esse valor atribuído ao lugar não é linear e ele depende de diversas associações relacionadas à significação daquele lugar (MANZO, 2005).

Por essa razão, diversos autores (GIULIANI, 2003; HIDALGO; HERNÁNDEZ, 2001; RELPH, 1976; TUAN, 1974; BROWN; PERKINS; BROWN, 2003) buscam categorizar, em escalas, os lugares para verificar, em um mesmo nível, o apego a eles atribuídos. As categorias seguem numa ordem crescente a partir da casa, passando pelo bairro, vizinhança, cidade, regiões e continentes. Os estudos em relação ao bairro são em maior número, enquanto que os dois últimos são em menor.

Como esse estudo concentra-se na emoção do ponto de vista do lugar, ela deve ser considerada sob a perspectiva sociológica, como a seguir:



### 3.3.1 Abordagem sociológica do pertencimento

A sociologia, enquanto corpo teórico, assim como o próprio conceito de identidade e pertencimento, é constantemente revisada para adequar-se às novas realidades que se apresentam.

No final do século XIX e início do séc. XX, a questão do pertencimento foi abordada por autores como Durkheim, Simmel e Weber de forma a contextualizar o pré-modernismo e o modernismo. Mas, nessas abordagens, a identidade, não era percebida como uma questão a ser abordada de forma específica. Ela acontecia de maneira difusa, nos estudos dos relacionamentos sociais.

Nesse contexto, Durkheim propõe o conceito de “solidariedade orgânica”, em que as complementações das partes diversificadas, mas que “pensam e sentem como nós” (DURKHEIM, 1926, p. 70 apud QUARESMA, 2005, p. 87)<sup>11</sup>, criam um laço de solidariedade, com moral própria. A partir dessa solidariedade orgânica é criada uma nova organização social, baseada na diversidade, mas ainda assim formada por indivíduos, que “pensam e sentem como nós” (DURKHEIM, 1926, p. 70, apud QUARESMA, 2005, p. 87).

Por outro lado, segundo Weber, as comunidades se organizam conforme suas afinidades e similaridades étnicas, segregando os que não trazem consigo as mesmas origens. A sociedade étnica, segundo esse pensamento se insere de forma organizada, “impondo-se e se tornando suficientemente forte para mobilizar setores da comunidade para a redescoberta [grifo da autora] da história e da cultura que vão sendo recriadas de acordo com as novas situações de um espaço intercultural” (ATHIAS, 2007, p. 42). O sentido primordial do pertencimento étnico defendido por Weber era ligado ao conceito de *Uhrheimat* (pátria ancestral) do *jus sanguinis* (direito de sangue) e segue o princípio pelo qual uma nacionalidade pode ser atribuída a um indivíduo de acordo com a sua ascendência (SEYFERTH, 2007).

Esse pensamento étnico é constitutivo dos nacionalismos exacerbados das primeiras décadas de 1900 que, segundo Hobsbawn (1990, p. 126) trouxe à tona

---

<sup>11</sup>Da obra “Da divisão do trabalho social” escrita em 1893. Segundo este clássico a divisão do trabalho, característica das sociedades mais desenvolvidas, gera um novo tipo de solidariedade não mais baseado na semelhança entre os componentes (solidariedade mecânica), mas na complementação de partes diversificadas. O encontro de interesses complementares cria um laço social novo, ou seja, um outro tipo de princípio de solidariedade, com moral própria, e que dá origem a uma nova organização social, sendo seu fundamento a diversidade. A solidariedade orgânica implica uma maior autonomia, com uma consciência individual mais livre (QUARESMA, 2008, p. 87).

“formas de racismo onde o critério étnico linguístico se tornou de fato dominante para definir uma nação”. Essa hostilidade, para Weber, refere-se ao estranhamento da cultura local aos estrangeiros, podendo adquirir contornos segregacionistas. Ela é uma percepção é presente em etnias de imigrantes, como um pressuposto de manutenção dos valores morais, da preservação sócio cultural ante a qualquer mudança coletiva (HOBBSAWN, 1990).

Quando aplicado a um grupo social, o sentimento de pertencimento étnico se apoia na crença de uma origem comum e num repertório de elementos diacríticos (QUARESMA, 2005), o que permite a essa comunidade étnica se distinguir diante de outras. Elas são politicamente organizadas, o que lhes confere força em mobilizar diversos setores da comunidade para a redescoberta da história e da cultura que vão sendo recriadas de acordo com as novas situações de um espaço intercultural (ibid). Para que não haja dicotomias em relação à origem cultural, os conteúdos devem ser entendidos como adaptados às condições sociais e políticas vigentes com o objetivo de ganhos competitivos num mundo globalizado (ibid).

Weber, em sua obra póstuma, já assinalava uma mudança no cenário das relações sociais, o que ele chamou de “comunidade emocional”, fundamentada no princípio da solidariedade e resultado de ligações emocionais. Nessa nova abordagem, Weber considera que as comunidades são resultado de um processo de integração, cuja motivação é o sentimento de pertencimento dos indivíduos ligados sob qualquer espécie de laço emocional ou afetivo. Nelas a inclusão ou exclusão dos indivíduos se dá por meio de diversos interesses complementares e não tem uma organização e/ou estrutura cotidiana (QUARESMA, 2005).

### 3.3.2 A era pós-moderna e o pertencimento

Em contraposição ao racionalismo linear da modernidade, o pós-modernismo busca a lógica irracional, estruturada na verdade relativa e na conexão de áreas até então separadas e agora tratadas como binários: religião/ciência, corpo/mente, entre outros. Essa binaridade permite a construção de uma espiral que fundamenta o pensamento complexo de Morin (1978).

Anteriormente, os estudos dos teóricos da sociologia não priorizavam a questão da identidade e do pertencimento. Segundo Bauman (2005), essa questão não era o centro dos debates, permanecendo como objeto de meditação filosófica.

Eles se tornaram a base das discussões posteriores porque, pela “súbita centralidade no assunto” (2005, p. 23), o que mudaria certamente a posição dos autores do período moderno.

No contexto pós-moderno, as comunidades são as raízes do pertencimento (BAUMAN, 2005). O autor divide as comunidades em dois tipos: comunidade de vida e comunidade de destino (ibid). Na primeira, a comunidade de vida, seus membros vivem juntos numa ligação absoluta. Não entram nela, mas são parte dela ou não, como em uma etnia. Já a segunda, a comunidade de destino, é fundida unicamente por ideias ou por uma variedade de princípios (ibid).

Para Bauman (2005), a identidade só surge com a comunidade de destino, pois nessa é necessário aderir a uma ideia, comparar, fazer escolhas e fazê-las constantemente, reavaliando as já tomadas e conciliando demandas contraditórias.

[...] o ‘pertencimento’ e a ‘identidade’ não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos por toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para ‘pertencimento’ quanto para ‘identidade’ (BAUMAN, 2005, p. 18).

E, sendo assim, a questão da dúvida ou da necessidade de afirmação em torno de uma identidade só ocorrerá a partir do momento em que o pertencimento ainda não for uma realidade. Na comunidade de destino a identidade é algo a ser inventado, não descoberto (BAUMAN, 2005).

Castells (2006) corrobora com Bauman (2005) e propõe uma distinção em três formas:

- a) **Identidade legitimadora** – ligada às instituições dominantes com a finalidade de racionalizar, como fonte de dominação estrutural. É aplicada às teorias de autoridade, nacionalismo e dominação de outro.
- b) **Identidade de resistência** – gerada a partir de atores sociais que estão em situação de discriminação, estigmatizados e desvalorizados. São denominadas como “trincheiras de resistência” (CASTELLS, 2006, p. 24). Têm exemplos no fundamentalismo religioso, nacionalismo fundado na etnia, movimento gay, entre outros.

- c) **Identidade de projeto** – identidade construída por atores sociais, a partir de um material cultural que esteja ao seu alcance com o objetivo de redefinir sua posição na sociedade.

Para Castells (2006), Bauman (2001, 2005), Sennett (2012) e Hall (2006), o contexto social no qual as pessoas estão inseridas é o que determina a construção infundável de uma ou múltiplas identidades.

A presente pesquisa tem particular interesse nessa abordagem, quando aplicada a caracterização da identidade associada a um lugar e a identidade cultural que serão discutidas ao final desta seção.

### 3.3.3 Pertencimento e espaço geográfico

A temática da identidade e o pertencimento no campo da geografia social têm sido tratados em questões relacionadas ao território, ao lugar, à paisagem e o espaço geográfico.

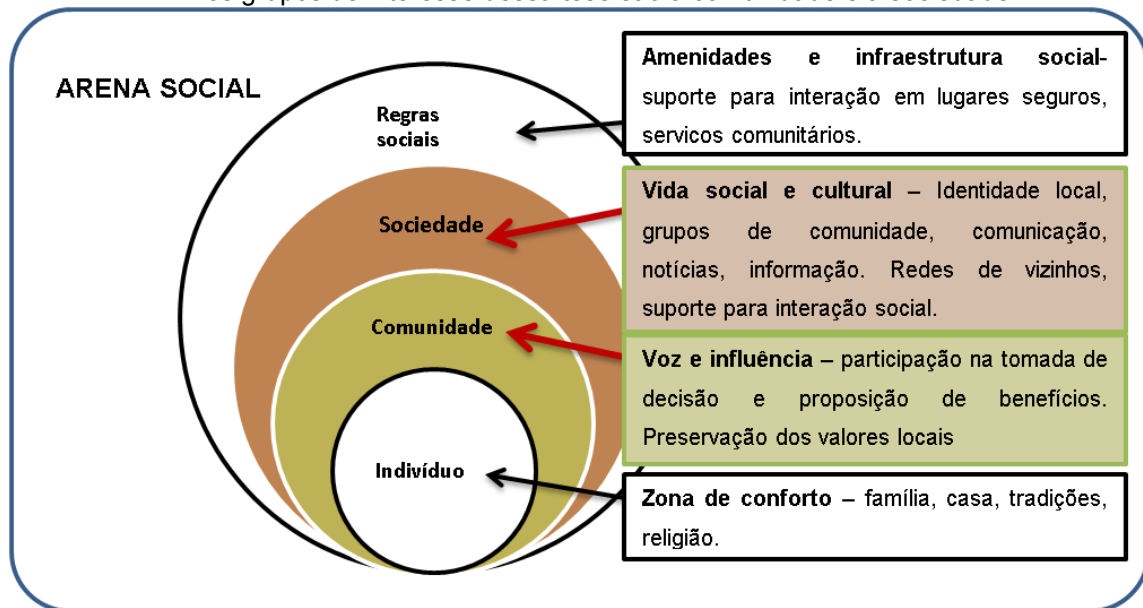
Numa das categorias da geografia, a Humanista, que surgiu a partir dos anos de 1970 e apresentou um desenvolvimento acentuado nas décadas de 1980 e 1990, a percepção torna-se um instrumento de modelação da geografia, observando com singular importância o “subjetivismo, a intuição, os sentimentos, a experiência, o singular” (ROCHA, 2008, p. 130). Nesse cenário são imprescindíveis a paisagem e o território como o lugar da vivência do indivíduo, espaço do vivido e assim carregado de significado histórico e emocional.

A base territorial de um projeto de design considera, em resumo, os dados específicos de um determinado local, as ligações com as pessoas e com as coisas desse lugar. E quando se analisa o design sob o ponto de vista emocional, avalia-se a subjetividade das reações emocionais que ligam as pessoas a um determinado fato ou à uma emoção.

No caso deste estudo, buscaram-se evidências que atrelassem a emoção e o lugar, a fim de causar uma sensação de pertencimento e identificação únicos, com esse lugar específico.

Na Figura 5, pode-se ver como isso pode acontecer.

Figura 5 – Composição esquemática da arena social (CAMPBELL; JOVCHELOVITCH, 2000), onde os grupos de interesse dessa tese são a comunidade e a sociedade.



Fonte: A autora (2016).

Para a geografia, segundo a análise de Souza e Pedon (2007), o território é importante fator na constituição das identidades. Ele dá sentido e unidade à ação junto às dimensões econômica, política, cultural. Já não é somente o espaço físico de vivência, mas é a forma de apropriação resultante do imaginário e/ou identidade social e cultural, e assim, somente existe se os indivíduos assim o identificarem.

### 3.4 PERTENCIMENTO ASSOCIADO A UM LUGAR

O sentimento de pertencer ao lugar onde se vive, onde se tem o enraizamento social é o que constitui a identidade territorial. O território é de alguém ou de um grupo, de uma classe social, grupo étnico ou associação comunitária (DUARTE et al., 2005). E essa identificação com um lugar se dá por intermédio da relação entre o indivíduo e o ambiente – sentido de lugar, vinculação com o lugar, dependência ou confiança no lugar (DUARTE et al., 2005).

Para Raffestin (1993), é necessária a comunicação explícita de que esse território é composto por indivíduos que nele se identificam e manifestam as suas intenções em relação ao espaço que ocupam. "Enquanto espaço de ação, o território passa a ser a mediação entre dois indivíduos ou grupos. É uma relação triangular mediadora de relacionamentos entre indivíduos" (SOUZA; PEDON, 2007, p. 137).

Com isso, a identidade associada ao lugar, para Duarte et al. (2005), desenrola-se conforme três aspectos, sobressaindo o lado social:

- 1) O processo de identificação é subjetivo e resultado da experiência do indivíduo, levando em consideração a percepção de semelhança entre os objetos, indivíduos, grupos e lugares. A imagem socialmente percebida nem sempre corresponde à realidade, admitem-se interpretações e romantizações construídas a partir da consciência da pertença a um grupo (HALL, 2006).
- 2) A identidade associada ao lugar pode ser entendida como subestrutura da identidade social, alicerçada no autoconceito de pertença a grupos definidos geograficamente. O ambiente pode ser considerado como um produto social, resultado da interação das pessoas que o compartilham (TAJFEL, 1978, 1981; TAJFEL; TURNER, 1979; TURNER, 1987; apud DUARTE et al., 2005).
- 3) Estruturas identitárias são construídas em torno de duas dimensões, uma de conteúdo e outra avaliativa. Na dimensão de conteúdo, situam-se as características que o indivíduo considera que o descrevem e que o tornam único, no seu conjunto. Na dimensão avaliativa, “cada elemento de conteúdo tem um valor/afeto positivo ou negativo associado, definido com base nas crenças e valores sociais em interação com valores pessoais previamente estabelecidos” (DUARTE et al., 2005, p. 4).

Para Duarte et al. (2005), a construção e manutenção da identidade estão ligadas aos princípios de distintividade, continuidade, autoestima e auto eficácia.

A distintividade está relacionada ao desejo de singularidade pessoal ou ao lugar, enquanto que a continuidade se apoia no desejo de manter-se inalterado ao longo do tempo e da situação.

A autoestima é a avaliação positiva de si mesmo e alguns autores como Tajfel e Turner (1979 apud DUARTE et al., 2005) a consideram o motivo principal da percepção de identidade associada à um lugar.

Já o princípio da auto eficácia refere-se à capacidade do indivíduo “gerir e responder as exigências situacionais e com o grau que o ambiente satisfaz as suas necessidades” (DUARTE et al., 2005, p. 5).

### 3.4.1. Polos de identificação do lugar pelo indivíduo

Segundo Gustafson (2001 apud DUARTE et al., 2005) os indivíduos atribuem significados aos lugares a partir de três polos por ele assim identificados como *Eu*, *Outros* e *Ambiente*:

[...] *Eu* (significados derivados de memórias e experiências pessoais, e.g., trajeto de vida, raízes, sentimentos), *Outros* (significados atribuídos com base nas características, traços e comportamentos percebidos dos habitantes, baseados, muitas vezes, em estereótipos) e *Ambiente* (significados relativos às características físicas, históricas, institucionais e geográficas dos lugares, e.g., localização, centralidade, clima) [...] (GUSTAFSON, 2001, apud DUARTE et al., 2005, p. 6).

Os mesmos autores (DUARTE et al., 2005) preveem a interação entre esses pólos da seguinte forma: *Eu + Outros* = relações sociais e de vizinhança

- a) *Outros + Ambiente* = clima social e atmosfera do lugar
- b) *Eu + Ambiente* = conhecimento formal e informal do indivíduo acerca do lugar
- c) *Eu + Outros + Ambiente* = cidadania, tradições, participação social em instituições locais (DUARTE et al., 2005).

Seguindo essa linha de pensamento, Gustafson (2001, apud DUARTE et al., 2005), em seus estudos, percebeu que os significados atribuídos a lugares menores (residência, bairro, vila ou pequenas cidades) tinham interações do tipo *Eu*, *Eu + Outros* e *Eu + Ambiente*, quando implicavam referências diretas ao indivíduo. Quando se tratavam de lugares maiores (grandes cidades, regiões, continente) eram atribuídos os significados interativos *Outros + Ambiente*, sem referências diretas ao indivíduo.

Considerando-se a facilidade de mobilidade, a crescente globalização que provocam a perda da especificidade cultural, a virtualização do cotidiano e das relações pessoais, seria de se esperar que os lugares não tivessem mais importância. No entanto, a crescente preocupação tanto no campo teórico quanto no pragmático, demonstram exatamente o contrário, que inclusive a importância pode ser cultivada (AUGÉ, 1995; BEATLEY, 2004; GUSTAFSON, 2006; JANZ, 2005; KRUGER; JAKES, 2003; TERKENLI, 1995).

Diferentemente do pensado, na atualidade, existe um desejo real de identificar o que é do local ou regional, experiência que é cada vez mais comum, em oposição à sensação de homogeneidade, planiformidade, monolinearidade e serialidade (CASEY, 1993, 1997).

Nessa configuração da identidade de um lugar, para Lynch (2006, p. 56), uma cidade legível “é uma cidade onde bairros, marcos e passagens se diferenciam facilmente e facilmente se agrupam em imagem íntegra”.

Para Scannell e Gifford (2010), fenomenologistas como Buttner, (1980), Heidegger (1962), Norberg-Schultz (1980), Seamon (1980) e Tuan (1975 e 1977), concordam que o senso de lugar é uma condição natural da existência humana, habitação = ser. No entanto, o apego a ele depende de fatores adicionais, relacionados ao lugar (escala, características físicas e sociais), assim como a pessoas (status social e econômico, tamanho da residência, mobilidade, idade, sensação de segurança, relacionamento social no local, sistema de valores, entre outros) (SCANNELL; GIFFORD, 2010).

Uma questão a ser considerada, é que as pessoas podem pertencer a vários locais ao mesmo tempo: de moradia, de trabalho, de diversão e até mesmo, de espaço virtual.

### 3.4.2 Pertencimento ao ambiente construído

O espaço arquitetônico é configurado a partir de elementos construtivos que caracterizam esse lugar. Esses elementos podem ser construídos para tal finalidade, tanto quanto partirem de construções históricas ou tradicionais remodelados ou recuperados (ROSSI, 2001).

A arquitetura deve se encarregar de produzir marcos de identificação. O ser humano necessita de elementos como imagens e símbolos para identificar-se nas cidades. Caso contrário, é muito provável que se elaborem substitutos: cartazes de rua e grafite, por exemplo (HILLMAN, 1993).

A arquiteta e urbanista Elizabeth de Portzamparc (2012 apud MEDEIROS, 2013) afirmou que é crucial solidificar a identidade histórica dos centros urbanos, a partir da arquitetura, como medida para evitar o esvaziamento e marginalização das áreas centrais. Desse modo, os moradores sentirão maior “afinidade com a



paisagem e os visitantes perceberão as características do lugar” (PORTZAMPARC, 2012 apud MEDEIROS, 2013).

Marcos arquitetônicos urbanos são referenciais para a identificação do lugar, um monumento, um edifício, uma praça, algo que nos pareça familiar e que nos restabeleça a segurança de onde estamos. Essa sensação de referenciamento, segundo Lynch (2006), está relacionada ao bem-estar pessoal, porque elimina a sensação de ansiedade e até terror, que é decorrente de se sentir perdido.

As cidades não são iguais e, cada morador, certamente, terá um repertório pessoal para identificar a sua cidade. “São elementos e características ambientais, eixos, pontos focais, texturas, silhuetas, áreas de concentração ou de dispersão além de inúmeros detalhes menores” (OBA, 1998, p. 03). Esses lugares, elementos que delineiam a identidade da cidade, enquanto lugar e desempenham um importante papel no processo de apropriação coletiva são demarcadores perceptíveis do espaço urbano, cuja estrutura é compreensível e significativa aos seus moradores e visitantes. Pode ser uma construção única ou um conjunto, espontâneo ou intencional.

Diante disso, cada cidade também tem os seus referenciais consagrados e, frequentemente, transformados em cartões postais, que Oba (1998) os define como “pontos notáveis”. Esses símbolos urbanos permitem a identificação do lugar e da cidade onde se localizam. O autor ainda afirma que a demarcação desse território “em comum”, é responsável pelo fortalecimento dos laços sociais entre os moradores, reforçando o sentimento de pertencimento e abre espaço para a “apropriação coletiva dos espaços da cidade” (OBA, 1998, p. 4). Consequentemente, se os marcos despertam o sentimento de pertencimento, cada lugar ou cidade necessita de símbolos que os representem.

Nas cidades modernas, a pluralidade de marcos pode banalizá-los ou reduzir a sua importância. Mas, não importa a dimensão da cidade, é certo que cada uma das imagens é significativa aos moradores do lugar e dela se apropriam como marcos identificadores de sua pertença. Os marcos são responsáveis por um sentimento que transcende a construção arquitetônica. Estruturam fisicamente um espaço e estruturam a vida das pessoas, ao servir de apoio para representar “vestígios concretos” (OBA, 1998, p. 6) de momentos do passado, mas que dão suporte e sentido às suas vidas. Não são imutáveis nem eternos e podem ou não desaparecer fisicamente, ocasionando a descaracterização e desorientação nesse

espaço urbano. Como são elementos de Identificação pessoal e cultural, se deixarem de representar uma expressão da arte, da técnica, da fé ou do poder dominante, novos marcos serão eleitos. “A vida não tem significado sem as relações do homem com o seu meio” (OBA, 1998, p. 8).

Nesse sentido, a percepção de pertencimento depende diretamente de reações emocionais em relação a um lugar e como tal torna-se crucial entender quais são as emoções envolvidas nesse processo.

### 3.5 APEGO A UM LUGAR

O fator que desencadeia o apego ao lugar é o significado que esse tem para as pessoas (AUGÈ, 2007). Assim, um espaço geográfico possui um significado especial para um indivíduo ou uma coletividade que, ao lhe atribuir um valor, a ele se apega. O sentimento de bairrismo se apoia nesse significado construído.

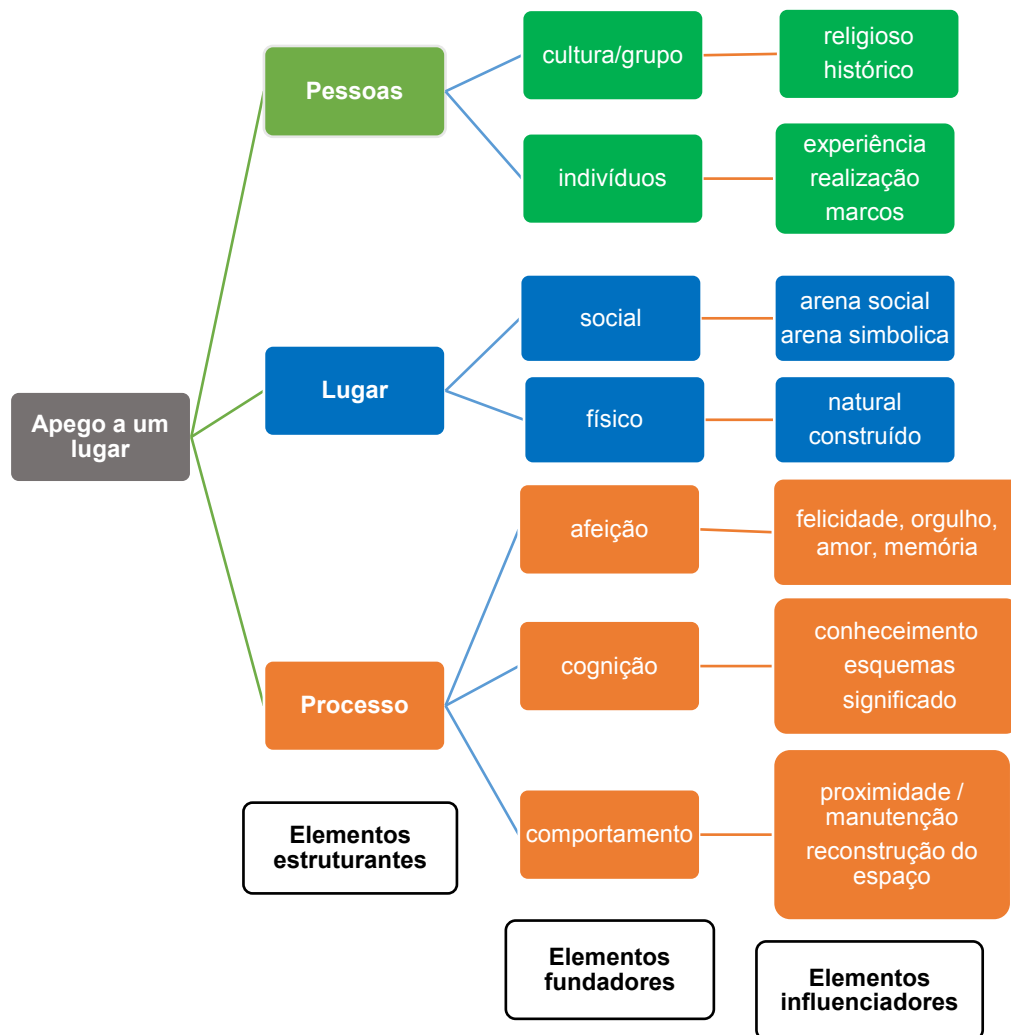
Porém, esse valor atribuído ao lugar não é linear, pois, como já foi visto anteriormente, não tem uma sequência pré-definida, não tem homogeneidade, planiformidade, monolinearidade e serialidade (CASEY, 1993, 1997).

Ele depende de diversas associações relacionadas à sua significação (AUGÈ, 2007). Isso explica porque certos lugares que tem um significado especial para alguns, com o passar do tempo, deixam de tê-lo. Porque, fazem parte dessa construção do significado: as pessoas, o processo como se desenvolve a relação e o lugar.

Para dar conta dessas variáveis, Scannell e Gifford (2010) criaram um esquema tripartido de representação de sentimento de apego ao lugar (*The tripartite model of place attachment*). Esse esquema é composto por esses elementos estruturantes: pessoas, processo e lugar. Esses, por sua vez são compostos por outros elementos fundadores que, por sua vez, recebem a influência de outros.

Considerando o modelo tripartite de pertencimento, foi elaborada a Figura 6, a seguir, em que são demonstradas essas relações apontadas por Scannell e Gifford (2010).

Figura 6 – Esquema adaptado do modelo tripartite de apego ao lugar



Fonte: Adaptado pela autora do modelo tripartite de apego ao lugar, segundo Scannell e Gilford (2010)

Nela, observa-se que aspectos tais como as relações pessoais, o lugar apoiadas num processo emocional, são fundamentais para que se desenvolva uma relação afetiva com um lugar. Esses fatores são importantes no design para despertar o apego a um lugar.

Considerando-se Santos (2012) e estabelecendo-se uma relação com o esquema de Scannell e Gifford (2010) e a definição de lugar proposta por Augé (2000), pode-se construir um novo esquema representacional do sentimento de apego ao lugar, como na Figura 7, a seguir:

Figura 7 – Esquema de construção do apego ao lugar



Fonte: A autora, a partir de Santos (2012), Augé (2000) e Scannel e Gifford (2010).

Seguindo esse raciocínio, pode-se considerar que as pessoas, coletivamente, se relacionam ao lugar, desenvolvendo um sentido de apego, a partir da relação que se estabelece, ao pertencerem a grupos culturais que se ligam pela cultura, religião, gênero ou por compartilharem a mesma história, valores e símbolos, representados em seus artefatos.

Individualmente, o apego se desenvolve a partir dos elementos que evocam as memórias pessoais, como experiências e realizações vivenciadas nesse lugar, assim como os marcos que são produzidos ou lembrados (SCANNELL; GIFFORD, 2010). Como exemplo, um souvenir representando a torre Eiffel sobre um móvel de uma casa relembra uma experiência memorável de um lugar. Nesse sentido, Manzo (2005) corrobora com essa afirmação e complementa que não é somente o lugar que é significativo, mas as experiências vivenciadas naquele lugar criaram um significado particular.

Talvez o mais importante dos elementos seja o lugar propriamente dito. Independentemente da sua escala (casa, bairro, cidade), nele os laços sociais são criados a partir da percepção de pertencimento à vizinhança ou ao bairro, pela familiaridade existente entre os seus membros, e pela sua característica física

(LOW; ALTMAN, 1992; GIULIANI, 2004). O lugar físico é igualmente importante para criar uma identificação de ambiente natural ou construído agradável, com significados simbólicos e memoráveis. Nesse caso, um forte laço de reconhecimento entre seus membros e desperta o desejo de permanecer naquele lugar, criando o enraizamento (FRIED, 1963 apud SCANNELL; GIFFORD, 2010), sendo o inverso também verdadeiro.

Por conseguinte, o processo de construção do apego atua no plano do afeto, da cognição e do comportamento. Uma relação de afeto positivo com o lugar é a principal característica de manutenção de proximidade com esse lugar (HIDALGO; HERNÁNDEZ, 2001) e faz com que as pessoas se sintam em casa. O conjunto de informações geradas a partir da cognição das memórias, do conhecimento sobre o lugar, como é o sistema de funcionamento e como as pessoas interagem entre si e com o local, geram um significado único. O significado de pertencimento percebido é tão importante para as pessoas que elas buscam a sua manutenção e, se necessário, a reconstrução.

Estudos de Fried (1963 apud SCANNELL; GIFFORD, 2010) apontam que os vizinhos que compartilham o sentimento de apego<sup>12</sup>, conseqüentemente, tendem a ter mais interações interpessoais, o que facilita os relacionamentos sociais, criando uma identidade de grupo.

Nessa construção do apego ao lugar, destacam Scannel e Gifford (2010), alguns elementos podem ser mais fortes que outros, interligados entre si ou até mesmo inseparáveis quando observados. No entanto, para que exista o sentimento de pertencimento a um lugar é necessário o apego a ele.

Sintetizando essas informações, propomos uma representação gráfica da formação do sentimento de pertencimento a um lugar, onde esse é uma parte do apego ao lugar, na Figura 8, a seguir.

---

<sup>12</sup>Tradução livre da autora. No original: "Place attachment can be defined as the emotional bonds between people and a particular place or environment (SEAMON apud MANZO; DEVINE-WRIGHT, 2012, p. 11) or as the bonding of people to places (LOW; ALTMAN, 1992, p. 2).



Sendo assim, a representação situa alguns dos elementos presentes nos laços criados com um lugar, sendo que o apego é essencial à percepção de enraizamento e, conseqüentemente, ao pertencimento a esse lugar.

### 3.5.1 Design como impulsionador do pertencimento urbano

O pertencimento é originado a partir de uma forte ligação com um lugar, pessoas ou artefatos, que transmitam a sensação de conforto (bem-estar), de estar ‘em casa’. Esse pertencimento e a identidade de um lugar não são atribuídos necessariamente à posse, mas a uma ligação afetiva entre o ser humano e o ambiente (NORBERG-SCHULTZ, 1980; HIDALGO; HERNANDÉZ, 2001; ZURLO, 2004). E quando se considera o pertencimento a uma comunidade, o assunto torna-se ainda mais complexo, porque precisa representar esse conjunto de percepções individuais e desse modo traduzi-las como desejo comum.

O designer, nessa problemática, pode desempenhar um papel importante por observar o contexto ‘de fora para dentro’ e assim pode fazer distinções entre as categorias de problemas, submetê-los a instituições e ajudar as instituições locais e da comunidade local coproduzir a sua própria identidade. Aplicar com sucesso o sistema de maiêutica (ZURLO, 2004).

Nesse contexto, o design estratégico é sempre aplicado sobre um usuário típico, no qual o design tem uma missão:

[...] ele interpreta seus mundos, amplifica as suas necessidades aparentes e implícitos e os seus sonhos (compreensão, em outras palavras, que os sociólogos chamam quadro dos indivíduos), centra-se em contextos de vida e transforma-los em conhecimento explícito, o que pode favorecer escolhas estratégicas da administração local (ZURLO, 2004, p. 86).

Zurlo (2004) ainda complementa que o design, além da capacidade de observar contextos, permite identificar boas práticas que se desenvolvem espontaneamente dentro da comunidade e, com a ajuda de outros atores, promovê-las e disseminá-las, para melhorar o apoio no clima de interdependência social e complementaridade entre indivíduo, cultura e sociedade. Com isso, assimila e comunica a essência do valor cultural do território.

Podemos, portanto, definir a ação do designer na escala territorial como uma atividade cujo objetivo é promover processos sistêmicos de inovação. Para isso, articula seus aspectos sociais, econômicos, tecnológicos, a partir da peculiaridade dos recursos locais, ou seja, os ativos territoriais e sociais, que estão nessa área, por meio do uso de diferentes níveis de especialidade. Essas tomam como referência o design estratégico, o design de comunicação, o design de artefato, com foco de ação diferenciada, considerando os aspectos sociais, econômicos, culturais etc (MAFFEI; VILLARI, 2004).

### 3.5.2 Dimensões e características de design para a identidade urbana

Dimensões e características de design visando à ampliação da percepção da identidade urbana são traçadas a partir do desdobramento de pesquisas em territórios urbanos com diversos objetivos. No decorrer da pesquisa, foram identificados autores como Gospodini (2004), Krucken (2009), Duarte et al. (2005), Rossi (2001), SEBRAE (2004) que buscaram sistematizar as informações relativas à classificação de itens que propiciam a identidade urbana.

Buscaram-se também visões de diferentes áreas de conhecimento profissional, mas que concorrem numa mesma área de atuação: cidade (GEHL, 2013; NORBERG-SCHULTZ, 1980). Nesses modelos de caracterização, é perceptível a congruência em 3 dimensões: o ambiente urbano, a linguagem e a narrativa.

Fazem parte do ambiente urbano as características da paisagem, o ambiente arquitetônico, ambiente sociocultural, as atribuições funcionais do lugar, com sua mobilidade e acessibilidade e as características demográficas.

A linguagem do lugar é formada pelas características simbólicas e culturais dos habitantes, com seus hábitos, cultura, padrão econômico; os aspectos decorrentes do patrimônio cultural e histórico; e das características sociais e ambientais tanto das pessoas que ali habitam, como das singularidades do lugar. É como as pessoas veem o seu próprio lugar.

Por outro lado, é pela narrativa do lugar que se conhece o espírito do lugar e como se exterioriza a identidade. São os assuntos relativos ao sentido de comunidade e riqueza histórica, cultural da localidade, a interpretação do discurso do lugar e os valores fundadores. Como as pessoas comunicam o seu próprio lugar.

Portanto, é na paisagem urbana que as identidades territoriais podem ser criadas, desenvolvidas e aperfeiçoadas. Porém, ressalta-se que para o design de um território, há de se considerar que existem duas fases extremamente importantes para além do ambiente urbano: a pesquisa junto ao usuário que se identifica com o lugar, destacando a sua linguagem e narrativa, mas também o delineamento estratégico realizado junto atores estratégicos (PASCA, 2004; REYES; FRANZATO, 2008).

Aparentemente esses dois são subsequentes, no entanto, normalmente são estudados separadamente, como se fossem assuntos não intervenientes. Esta tese coloca-os num mesmo patamar, cujo objetivo final foi justapor esses conceitos, a fim de estudar a emoção num determinado espaço territorial urbano.

Esses “olhares” foram caracterizados por Wielewcki (2010) como sendo típicos de espaços urbanos, onde o “olhar interno” é aquele do morador do lugar. Ele apresenta uma perspectiva interna do território, que traz consigo uma vivência intensa do lugar, e por isso apresenta uma forma específica de análise. Entretanto esse olhar tem a capacidade de captar informações muitas vezes ocultas ao visitante externo. No grupo denominado “olhar externo” a observação é sobre a vivência mais superficial do lugar, o que contribui para uma avaliação mais focada nas características positivas da cidade. A partir desse olhar externo, é possível captar informações muitas das vezes banalizadas pela experiência cotidiana, mas não menos importantes, que podem passar despercebidas em uma análise desta natureza.



Esse olhar associa-se ao turista, ao morador externo e ao investigador externo do espaço investigado. Esses fazem suas análises por comparação a partir de outros lugares correlatos ou derivados de vivências anteriores, aos quais atribuem as semelhanças e as experiências. A esse olhar se atribui uma menor relação afetiva com o lugar o que contribui a uma visão imparcial (WIELEWICKI, 2010).

### 3.5.3 Impulsionadores de apego e pertencimento a um lugar

Na sequência, foram tomados os filtros e níveis de atuação na sociedade. Para tanto, foram selecionados três tipos de indivíduos: 1) morador do lugar especificado, 2) vizinho ou 3) eventual visitante sendo assim denominado turista conforme classificou Wielewicki (2010). Essa análise permitiu visualizar o problema indicado sob diversos olhares e sincronias.

A partir desses dados, foram apreciadas as questões determinadas pelo envolvimento e que emergem desse cenário a fim de determinar a participação, responsabilidade e os condutores que direcionam as mudanças de comportamento. Com eles foi possível identificar as diretrizes que indicam o grau de compartilhamento de informações e de interesses.

Fundamentando-se nesses aspectos, os objetivos que a estrutura deveria considerar, para estabelecer o modelo de processo de design proposto. Isso foi estabelecido a partir da definição da arena social onde a inserção do design acontece, seguido do estabelecimento de quais as áreas seriam contempladas, para depois apresentar qual o direcionamento tomado ao longo das etapas.

### 3.5.4 Emoções relacionadas ao apego ao lugar

Os impulsionadores do apego estão ligados ao sentimento de pertencimento a um lugar. Nesta tese, busca-se a sensação de fazer parte de um lugar, considerando três dos principais elementos destacados por diversos autores (LEWICKA, 2010; GIULIANI, 2004; FRASCARA, 2001; UJANG, 2012, entre outros).

Três emoções são importantes para a construção e/ou estabelecimento do conceito de apego ao lugar:

- a. **segurança** (proteção) (LEWICKA, 2010; GIULIANI, 2004);

- b. procurar **proximidade** (laços sociais) (LEWICKA, 2010; HERNÁNDEZ et al, 2007; SCANNEL ; GIFFORD, 2010); e
- c. o **conforto** (bem-estar) (LOW; ALTMAN, 1992 LEWICKA, 2010).

Cada um desses termos (segurança, laços sociais, conforto) é considerado como questão a ser verificada e acionada para gerar essa ligação afetiva de apego. Para melhor elucidar cada palavra, sentimento e consequência, segue o texto a seguir.

#### 3.5.4.1 Segurança

A segurança, no presente contexto, é percebida como uma expressão de proteção, tanto no nível emocional quanto na de usabilidade dos objetos.

Para a segurança são consideradas as seguintes variáveis: emocional (LEWICKA, 2010; GIULIANI, 2004; entre outros) ambiental (Política Nacional de Mobilidade Urbana)<sup>13</sup> e de usabilidade (FRASCARA, 2001).

Para exemplificar, parte-se do oposto: a segurança emocional, quando não é percebida em um lugar específico (praça, rua, conjunto próximo de ruas), é protocolada em delegacias ou postos de polícia. Essa notificação oficial é requerida para que seja registrada, investigada e os responsáveis recebam uma notificação ou punição real pelo fato verificado. Dessa forma, é verificada a existência e a quantidade de ocorrências, a gravidade do índice de criminalidade. Contabiliza os casos de violência contra pessoas, assim como de assédio sexual, desde que estes sejam comunicados às pessoas responsáveis e que sejam anotados criminalmente em delegacias de polícia.

Outro fator que mobiliza a segurança de pessoas é a permissão de circulação em espaços públicos abertos a todos, em qualquer hora e em qualquer situação, conforme visto em Furtado (2010).

Em ambientes públicos, é também verificada a existência de poluição de ruídos. Se assim houver, verifica-se o tipo e a quantidade encontrada, se afetam ou não a concentração dos usuários daquele lugar (MILARÉ, 2016).

---

<sup>13</sup>Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos, Lei nº 12.587, de 3 de janeiro de 2012.

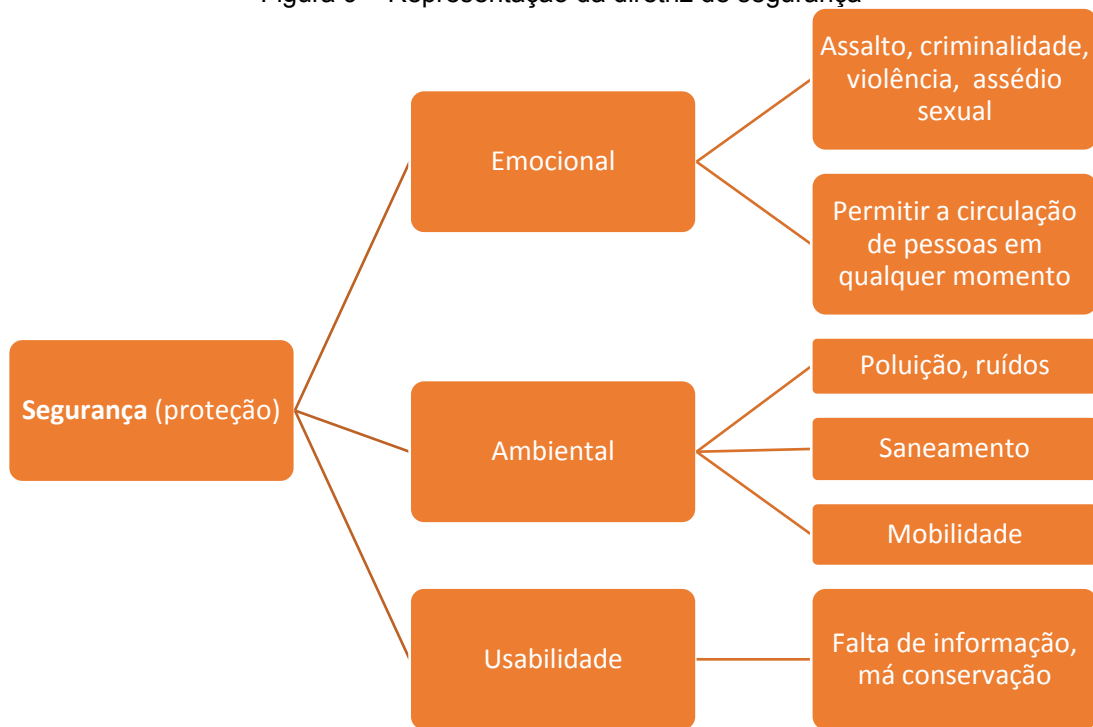
A mobilidade é um outro fator com destaque na segurança do ambiente. Verifica-se no local pesquisado se é permitida a movimentação de diversas formas de mobilidade. Para a adequação, deve-se verificar as normas de mobilidade e acessibilidade da Política Nacional de Mobilidade Urbana vigente no Brasil. Nesse específico contexto, a segurança relaciona-se à esfera emocional quando são ocasionadas as questões de usabilidade, em relação às situações e atividades (FRASCARA, 2001). Nela, a usabilidade terá especial importância quando forem tratados os aspectos da falta de informação e má conservação (avaliação de segurança emocional, ambiental e de usabilidade).

As sensações de segurança ou de proteção são também consideradas tanto de forma objetiva, como por exemplo, pela história de atividade criminosa na região, quanto subjetiva, enquanto sensação de segurança em espaços públicos e privados (BROWN; PERKINS; BROWN, 2003, 2004; SCANNEL; GIFFORD, 2010). A segurança pode estar associada a pessoas, ao ambiente ou às coisas do lugar. Quanto às coisas, a insegurança está normalmente associada à usabilidade delas, quando há falta de informação, inadequação ergonômica ou má conservação (UJANG, 2010; WILSON; KELLING, 1982).

A segurança também está relacionada às condições de manutenção no sentido de limpeza, como pode ser exemplificado por Ujang (2010, p. 64), "a limpeza geral do local e sua manutenção incentiva a ter maior engajamento ao lugar e o sentimento de segurança".

Na Figura 9, a seguir, esses aspectos relativos à segurança são apresentados de modo estruturado.

Figura 9 – Representação da diretriz de segurança



Fonte: A autora (2017)

A avaliação do lugar é feita nesse contexto, quanto ao seu sentimento de satisfação, prazer e segurança, obtidos neste lugar. Estabelece-se uma relação direta entre a percepção de segurança (proteção), a forma e o grau de ligação que indica o significado de um lugar para os usuários imediatos (UJANG, 2010).

#### 3.5.4.2 Laços sociais

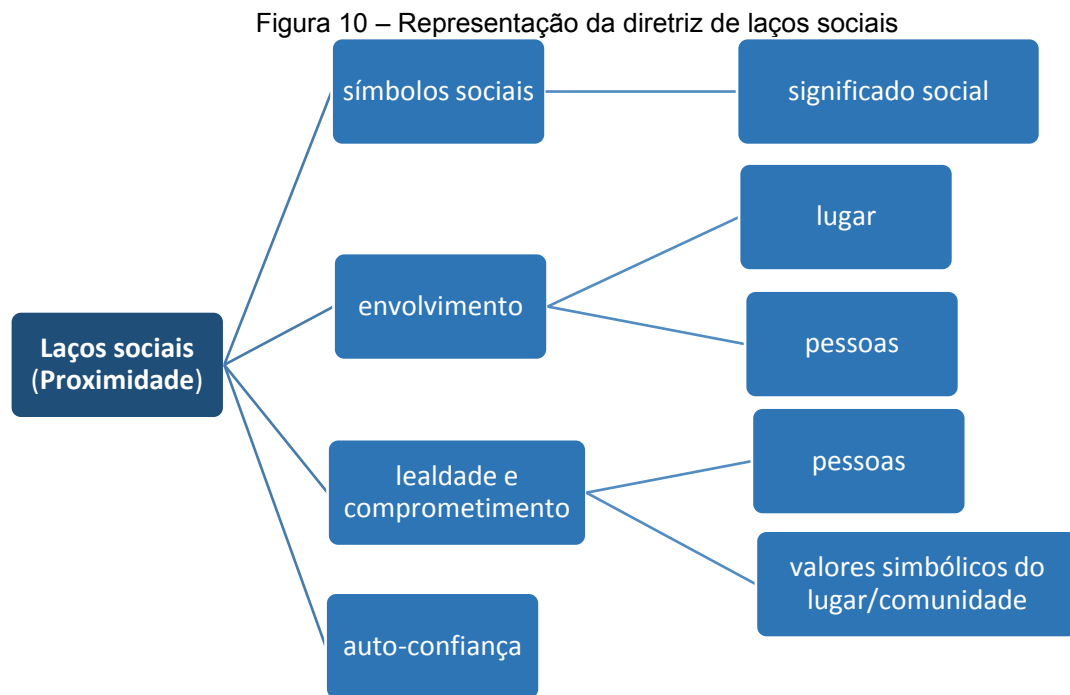
Os laços sociais, de proximidade, são obtidos pela busca de proximidade. Podem ser significados pelos símbolos sociais e pelo significado na psicologia positiva (LEWICKA, 2010; BOWLBY, 1973). A psicologia positiva classifica, segundo Lewicka (2010), os laços sociais como o número de amigos e parentes na vizinhança, o envolvimento em atividades sociais e informais, o número de membros não familiares (amigos) que são convidados para um evento familiar.

Nesses estudos, é possível encontrar diversos níveis de escala, desde o apego à sua casa até o apego ao continente. Para este trabalho, foi definido que o alvo do estudo seria a região do bairro ou bairro, onde se busca compreender os fatores que determinam os laços sociais que são encontrados nas relações de unicidade, identidade e referências que os moradores identificam nesse lugar. A

partir destes dados foi possível executar pesquisas para compreender quais seriam os principais laços sociais que os moradores de uma determinada região teriam entre si.

Para esta tese, foram relacionadas preocupações existentes nas características típicas desses lugares e posteriormente foram apontadas as principais avaliações desses membros (BOWLBY, 1973, apud MANZO; DEVINE-WRIGHT, 2013).

Para esses autores os laços sociais (proximidade) são identificados, definem e delimitam as ações de apego a um lugar, pelos símbolos sociais, pelo envolvimento, lealdade e comprometimento e, finalizando, a autoconfiança, conforme demonstra a Figura 10.



Fonte: A autora (2017).

#### 3.5.4.3 Conforto

O bem-estar de pessoas em relação ao ambiente é a percepção dos habitantes desse lugar em situações que gerem conforto.

A sensação de conforto pode ser física (ORLANDO, 1978; McCLAIN; GRAGG, 1970; FUERST et al., 1974, FISHER; CONNOLLY, 1975; WHITE et al., 1976; WATSON, 1979; ELHART et al., 1983; DU GAS, 1984; KAWAMOTO; FORTES, 1986; JONES, 1992; SOUZA, 1990; JACOX, 1989, KOCALBA, 2003),

social e psicológico (CARR et al., 1992, CARMONA et al., 2003, McCLAIN; GRAGG, 1970; ORLANDO, 1978; WATSON, 1979; ELHART et al., 1983; DU GAS, 1984; KAWAMOTO; FORTES, 1986; JONES, 1992; LEAL, 1986; JACOX, 1989, PRINCE, 1975), sentimento de conforto (bem-estar) físico e mental, alcançado com o descanso físico, paz mental e espiritual (KAWAMOTO; FORTES, 1986) e ambiental (FUERST et al., 1974, WATSON, 1979; PINEAU, 1982; VEIGA; CROSSETI, 1982; JONES, 1992).

Quando físico, refere-se às sensações do corpo e mecanismos homeostáticos, ou seja, do equilíbrio do corpo. O conforto psico-espiritual depende da consciência interna de si próprio, incluindo a autoestima, autoconceito, sexualidade, significado na vida de alguém de uma ordem superior de existência e sua relação com ela. Se ambiental, o conforto é atribuído ao meio, às condições e influências externas; a luz, o barulho, cor e mobiliário, temperatura, elementos, naturais e artificiais, do meio. Por último, quando o conforto é social: concerne às relações interpessoais, familiares e sociais, além de tradições familiares, rituais e práticas religiosas (LEWICKA, 2010).

Dadas essas considerações, torna-se necessário apontar quais tipos de conforto são esperados em um lugar público de uso coletivo, de modo a criar uma imagem positiva do lugar (LYNCH, 2006). Busca-se em um projeto de design, o conforto físico e ambiental, pois entendemos que se esses forem percebidos, o conforto social ocorre como consequência. O conforto pode estar relacionado à presença de vegetação, existência de comércio e serviços, bancos para descanso e contemplação, circulação normal de pessoas, segurança, acessibilidade, limpeza e manutenção (WOODCRAFT; HACKETT; CAISTOR-ARENDAR, 2011). Esses são atributos que, normalmente, geram a percepção de uma vida prazerosa, e que são particularmente estudados na psicologia positiva (LEWICKA, 2010; UJANG, 2009).

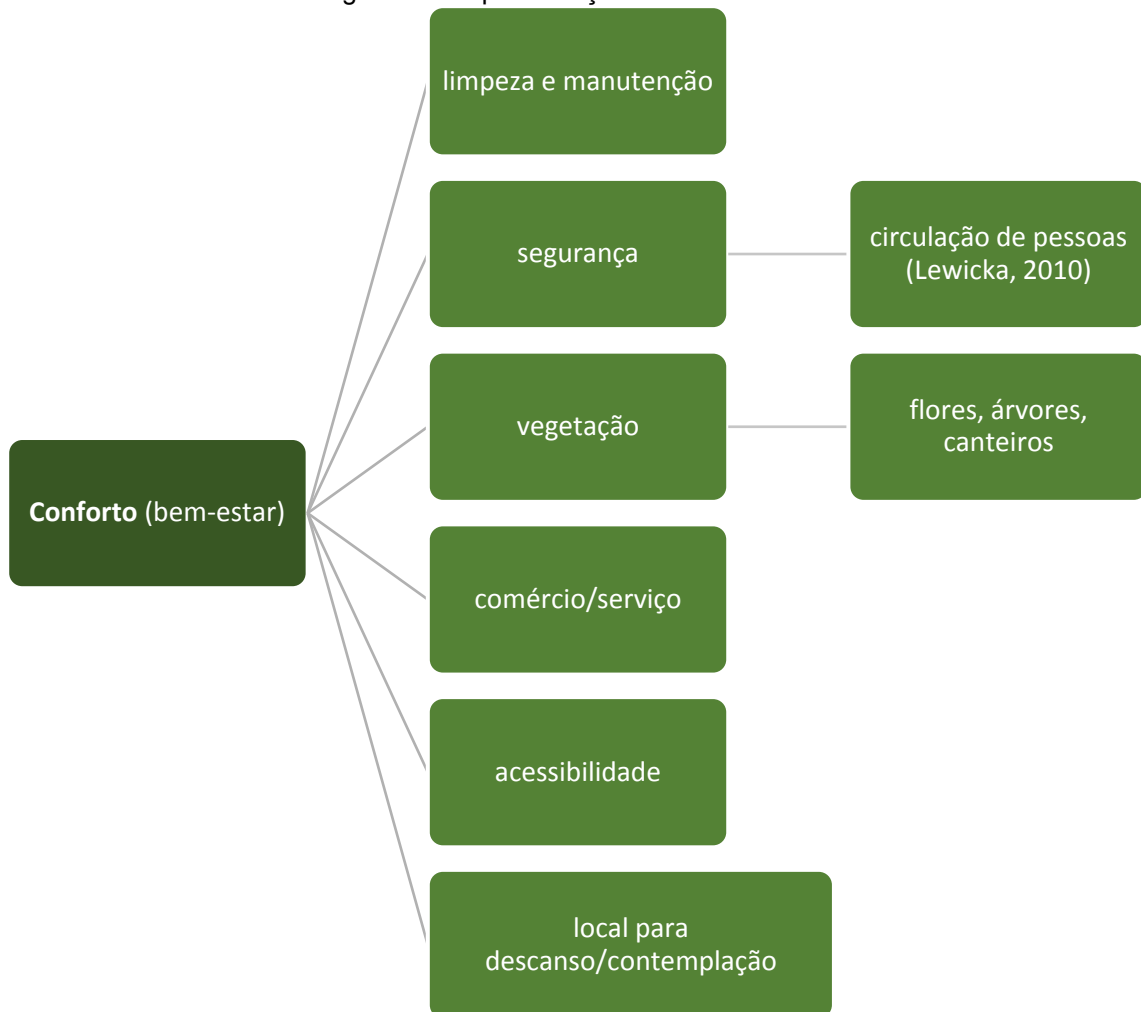
Desse modo, o conforto é a base para a sensação de ligação para um local (BOWLBY, 2007). Entendemos que o sentimento de apego é construído individualmente. No entanto, é construído sincronicamente por todos os indivíduos coletivamente, de modo a convergir para a mesma percepção emocional e, a partir disso, toma um sentido social.

A avaliação desses itens normalmente é regulada pelo prazer e/ou pela usabilidade gerada (LEWICKA, 2010). Para Ujang (2009) é necessário melhorar ainda mais a legibilidade e o conforto das ruas, pois “a importância dos atributos

físicos no apoio às atividades das ruas é evidente para incentivar o apego contínuo, apesar do vínculo estabelecido com lugares muito familiares” (UJANG, 2009, p. 166).

A Figura 11, a seguir, representa os itens mais evidenciados em diversas pesquisas indicadas acima, em que apontam o conforto como um dos itens de maior relevância para o bem estar dos usuários e transeuntes.

Figura 11 – Rpresentação da diretriz de conforto



Fonte: A autora (2017).

O conforto, assim, pode determinar as condições de uma vida prazerosa (UJANG, 2009), termo empregado da psicologia positiva, que identifica a quantidade de prazer e/ou usabilidade a que se atribui a um lugar. Portanto, para se criar ou verificar se num espaço encontra-se a percepção de segurança, laços sociais e conforto, é necessário que se verifique a avaliação deste em relação aos

sentimentos gerados nele ou possíveis de serem verificados e confirmados ao longo do processo projetual.

### 3.5.5 Atores sociais

Ao identificar os possíveis níveis de atuação na sociedade, foram consideradas as pessoas, sendo indivíduos, e os grupos, porque esses são aqueles que atuam na sociedade de um lugar. Os grupos e pessoas são caracterizados, no item anterior nessa pesquisa, como moradores, seus vizinhos e os visitantes do lugar (turistas) (WIELEWICKI, 2010), pois cada um deles tem uma capacidade própria de analisar os lugares e pessoas que ali vivem.

No primeiro caso, ser indivíduo e morador do lugar, atribui a essa pessoa, características que a coloca naquele local e assume uma identidade específica em relação a esse. Normalmente, os moradores conhecem e apontam as deficiências do lugar e, num segundo momento, citam as características que mais os agradam. Por muitos conhecerem o lugar, identificam os pontos que gostariam de mudar, mesmo que esses não sejam suficientemente determinantes para desejar sair do lugar, bairro ou cidade.

No caso do vizinho, esse morador de um bairro ou cidade vizinha, pela proximidade conhece o lugar pesquisado, mesmo que nunca tenha lá morado. Sua familiaridade com o lugar permite que destacar detalhes que o(s) agrada(m) ou que o(s) afasta(m) daquele lugar. Caso o lugar pesquisado seja do seu agrado, ele normalmente cita coisas e/ou fatos prazerosos. Por não conhecer tão profundamente o lugar e porque não está diretamente ligado a ele, pode ignorar, minimizar ou menosprezar as deficiências apontadas pelos moradores do lugar.

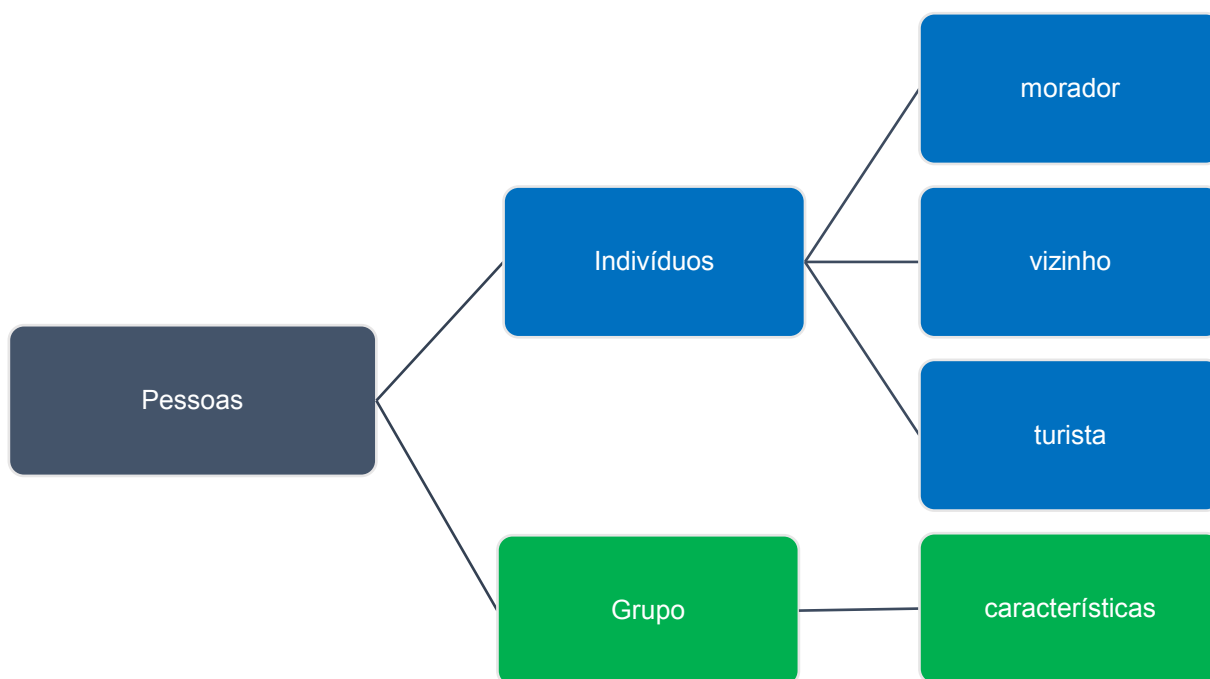
Ser classificado como um turista coloca a pessoa num nível em que não percebe algumas falhas do lugar, dos relacionamentos entre os moradores ou particularidades do cotidiano daquele lugar. Por participar muito superficialmente do lugar, o turista faz uma breve leitura e normalmente só percebe o que é mais evidente, relevante. Tem uma visão superficial, do que lhe agrada ou não, mas que normalmente só percebe as coisas mais evidentes. No entanto, essa visão nem sempre está de acordo com o que o morador ou vizinho percebem.



Portanto, é muito importante, numa análise global, ter esses três pontos de vista, o que possibilita visualizar e perceber claramente as benesses e as deficiências do lugar.

Uma segunda forma de análise, posterior ou não, é a visão dos grupos de moradores de um lugar. A forma de perceber o lugar e de enxergá-lo é substancialmente diferente da análise individual, porque são subtraídas algumas características do lugar, para evidenciar aquelas que são percebidas e vivenciadas pela coletividade. Nesse item, o mais relevante são os detalhes que facilitam o convívio em grupo, Figura 12.

Figura 12 – Caracterização dos indivíduos que moram, ou visitam um lugar



Fonte: A autora (2017).

Com base no Quadro acima, considera-se que os vizinhos são atores que podem apontar pontos positivos em relação ao local, os quais gostariam de ter no lugar onde vivem. Por outro lado, embora os turistas possuam uma visão superficial em relação ao local, eles podem identificar aspectos que os dois outros atores não perceberam e comparar com realidades já vivenciadas em outro(s) lugar(es). Assim, cada um desses atores pode dar uma visão diferente de um mesmo lugar, o que torna essencial essa abordagem a fim de obter uma percepção mais abrangente. O

essencial é identificar como se podem direcionar essas percepções de forma a apontar indicar o direcionamento das ações que privilegiam aquele lugar.

#### 3.5.6. Fatores emergentes

Os fatores emergentes ou as condições básicas para o envolvimento das pessoas determinam a participação e a responsabilidade de que algo aconteça a fim de promover um lugar ou fato (LEWICKA, 2010; BOWLBY, 1973; UJANG, 2010). Esse envolvimento depende de fatores que determinam a participação de grupos de apoio (influenciadores). Esses fatores são identificados a partir das seguintes perguntas: como, quando, onde, por que, quem. Com elas, gera-se o detalhamento da situação do território e identificam-se os principais envolvidos ou responsáveis. Com isso, é possível se explicar as características desse grupo, apontando o nível de responsabilidade de cada ação e de cada membro (MAFFEI; VILLARI, 2004, 2006).

Apontados esses fatores é possível priorizar as questões a serem abordadas e qual a forma de questionário, entrevista ou outra técnica deve ser utilizada na obtenção das respostas. Assim, serão considerados, com maior probabilidade como fatores essenciais para condução do problema a ser solucionado, os condutores de mudança.

#### 3.5.7 Condutores para a mudança

Para se chegar a um resultado esperado, em um projeto territorial, devem-se seguir os elementos condutores (situacionais, de dependência do caminho, múltiplos atores e múltiplas camadas), visando à determinação das características de envolvimento, conforme visto anteriormente (MAFFEI; VILLARI, 2004, 2006).

As características de envolvimento são consideradas sob quatro aspectos determinados pela situação de investigação: histórico das pessoas e do lugar, compreensão da população local e das múltiplas camadas que compõe essa população (MAFFEI; VILLARI, 2004, 2006). Essas características buscam entender como se desenvolve cada etapa e como se procede para que estejam em conformidade com o resultado final esperado.

Para a definição da estrutura do processo de design, consideraram-se os textos de Maffei e Villari, (2004, 2006). Assim, a primeira etapa, do processo de design deve verificar as condições situacionais do caso. Nessa etapa onde são investigadas as particularidades do território, o que o torna especial em relação a outros lugares, os recursos materiais, os recursos imateriais (que não são transferíveis, pois são ligados às tradições, valores e ambiente social e econômico), e a dinâmica (mudam com o tempo) do lugar.

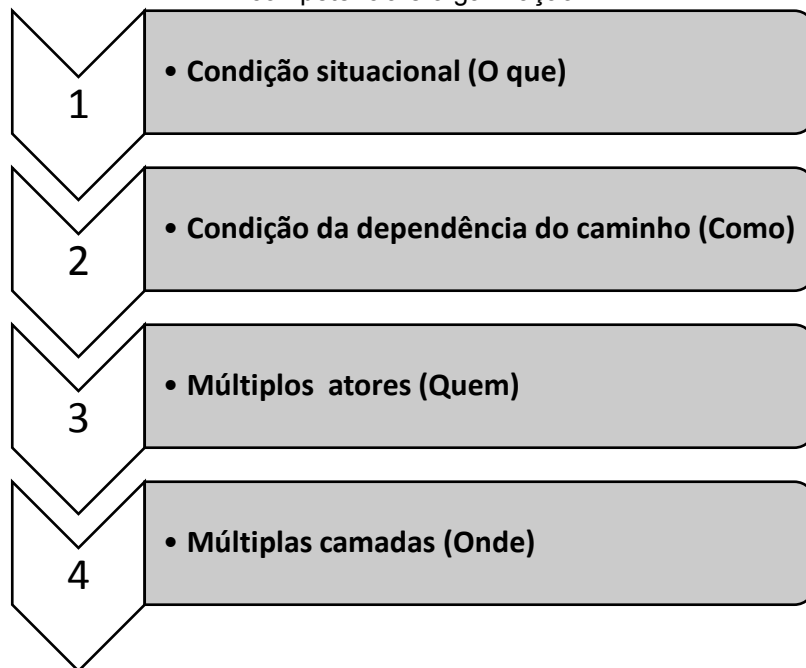
Na segunda etapa é determinada a condição de dependência do caminho a ser tomado. É formada a equipe que está diretamente ligada ao histórico do projeto, pode ser vista como um processo. Nesse processo, são previstas diferentes intervenções e níveis temporais (decisórios e operacionais), envolvendo os atores do processo. O histórico deste projeto é influenciado pelos objetivos e ferramentas empregadas, impondo uma individualidade a cada projeto realizado.

Na sequência do projeto, a terceira fase é centrada na compreensão da população e do local. Para executar essas atividades da dimensão coletiva, são investigados os múltiplos atores, de natureza diferente (institucional, cultural, econômica, social, profissional). Cada um deles age em sua comunidade de design e tem um papel específico (papel na comunidade), caracterizando a condição de múltiplos atores. Nesse momento esse projeto se compara a um processo de negociação entre a comunidade de design e a comunidade em geral e de como alcançar os resultados esperados.

Por último, no quarto item a ser analisado, a compreensão das múltiplas camadas que compõe a área seccional analisada e determina em qual serão tomadas as ações. Para tanto, serão analisadas as integrações dos diferentes domínios relacionados à vida cotidiana, as diferentes escalas de atuação de design na gestão do design (operacional, tático e estratégico), e qual é mais propícia a ser empregada.

Na Figura 13, estão representadas essas múltiplas camadas que definem a condução de uma investigação e subsequente atuação, com o objetivo de dar forma à linguagem de design empregada, assim como a competência desenvolvida e a organização demandada.

Figura 13 – Representação das múltiplas camadas condutoras para dar forma à linguagem de design, competência e organização.



Fonte: A autora, adaptado de Maffei e Villari (2004).

Essas múltiplas camadas permitem clarificar a ação, onde se dá forma à linguagem da comunidade de design, como explicado na revisão da literatura (MAFFEI; VILLARI, 2004). A compreensão dessas múltiplas camadas permitiu identificar as diretrizes e condições de contexto necessárias para a realização da mesma.

## 4 MODELOS BASE PARA A ELABORAÇÃO DO URBEID

Neste capítulo, apresenta-se o resultado do levantamento bibliográfico a respeito de modelos de design existentes que poderiam servir de base ao novo modelo.

Foram selecionados cinco modelos de projetos, dos quais dois partiram de iniciativa governamental e três que surgiram em pesquisas acadêmicas: *Medesign forme del Mediterraneo*, *O Círculos da Sustentabilidade*, o modelo *GreenKeys*, o projeto TSTP, o de Wielewicki (2010) e o projeto Celaschi e Krucken.

### 4.1 PROJETOS DE ORIGEM GOVERNAMENTAL

Dois projetos governamentais foram selecionados para análise, a partir de uma revisão bibliográfica narrativa, de onde foram selecionados o modelo *Medesign\_forme del Mediterraneo* e o *Circles of Sustainability*, que serão descritos a seguir.

#### 4.1.1 O modelo Medesign forme del mediterrâneo

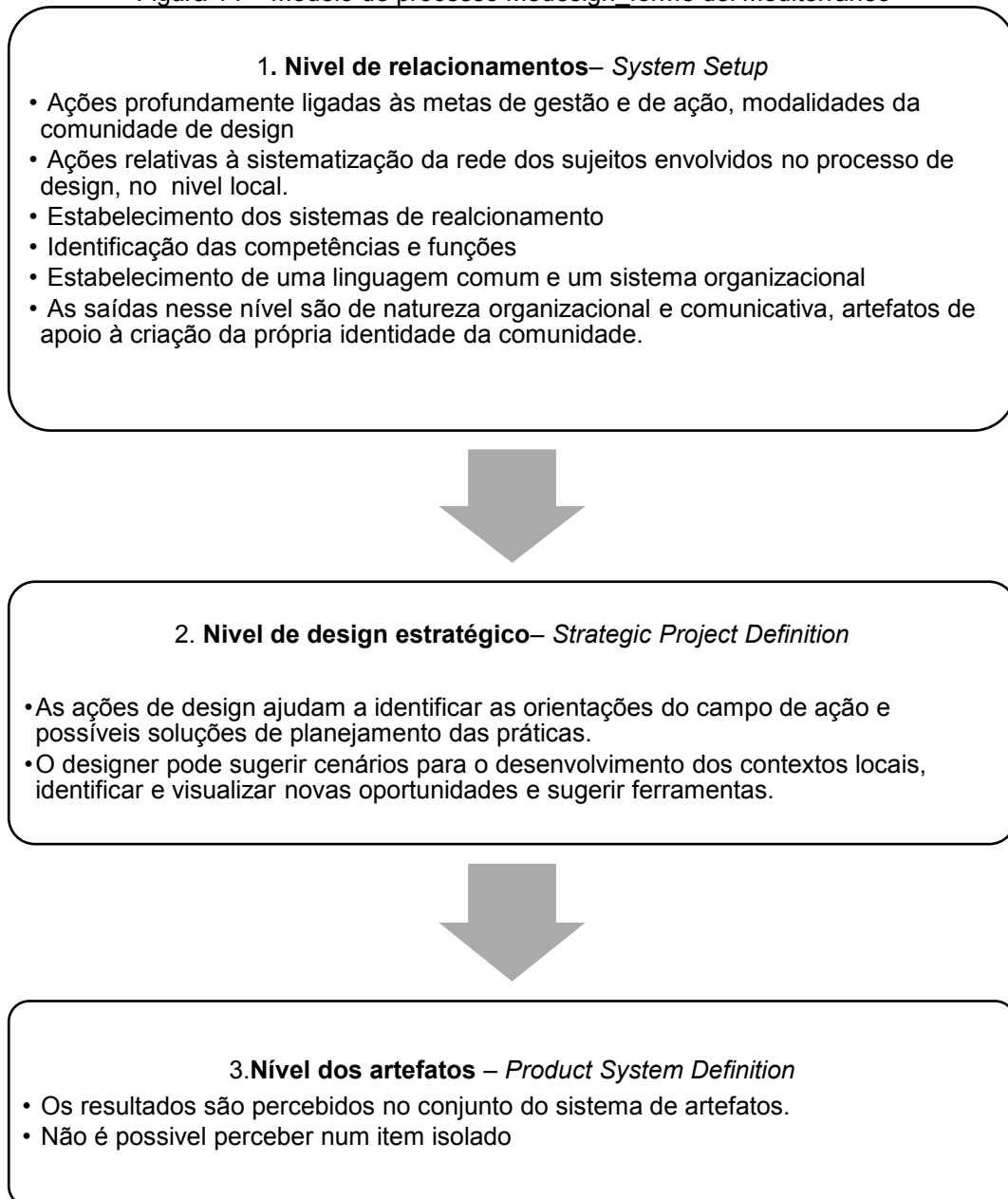
O modelo do *Medesign\_forme del Mediterraneo* (FAGNONI; GAMBARO; VANNICOLA, 2004) foi considerado por meio da metodologia empregada e das experiências relatadas ao longo do projeto e da avaliação pessoal dada por Francesco Zurlo (2014). Esse modelo se caracteriza por ser

um conjunto de atividades que se adaptam e se modelam de acordo com os contextos e os participantes que participam do processo. O fator de incerteza, vinculado tanto aos diferentes tempos do projeto como às próprias condições de ação, leva a considerar o projeto de escala de território como um processo que precisa continuamente se adaptar às circunstâncias que materializa e de que depende. Isso requer que, durante todo o processo de planejamento, uma posição reflexiva seja ativada (MAFFEI; VILLARI, 2004, p. 90).

O *Medesign\_forme del Mediterraneo*, iniciativa do Ministério das Universidades e da União Europeia, com o apoio de sete universidades italianas, tinha objetivo do projeto alavancar a economia da região na esperança de que ele iria ajudar a transformar a “região do Mediterrâneo num processo de amplo alcance

do desenvolvimento econômico da região” (PASCA, 2004, p. 52). No texto do projeto governamental previa “*creato una metodologia rivolta alla valorizzazione dei territori e dimostrano come il design rivolta alla valorizzazione de sviluppo locale e di innovazione*” (CATANIA, 2011, p. 29) (Figura 14).

Figura 14 – Modelo de processo Medesign\_ forme del Mediterraneo



Fonte: A autora, adaptado de *Medesign\_ forme del Mediterraneo* (2017)

Esse amplo e ambicioso projeto teve início em 2001 a finalizou em 2004 com a exposição dos resultados e um livro. Segundo avaliação de Francesco Zurlo, um dos participantes do projeto, esses projetos envolviam associações e, às vezes,

o governo local. No entanto, a participação dos governos locais não foi muito “reativa”, pois não reconheciam nenhuma vantagem direta, sob o ponto de vista político. Em contrapartida, as associações envolvidas eram muito compromissadas com o cuidado com as coisas do lugar, o capital territorial (ZURLO, 2014).

O modelo de processo se constitui de três fases: na primeira “*Relationship level – System Setup*”, a segunda “*Design Strategy Level – Strategic Project Definition*”, e a terceira “*Artifacts Level – Product System Definition*”

Para Maffei e Villari (2004), nesse tipo de projeto de design, é necessário responder a essas três indagações:

- O que o design pode fazer numa escala local?
- Quem é o assunto das atividades de design?
- Como o design atua (nesse contexto)?

Para responder a essas questões, os autores concluem que, ao falar sobre o tema do desenvolvimento local, o escopo do designer obviamente se amplia: o designer não deve apenas dar forma aos artefatos, mas ajuda a dar forma à comunidade de assuntos, bem como as modalidades através das quais essa comunidade experimenta o projeto, através de ferramentas, linguagens, habilidades, práticas de organização inovadoras (MAFFEI; VILLARI, 2004, p. 93<sup>14</sup>).

#### 4.1.2 Circles of sustainability

O segundo projeto que parte dos interesses governamentais é o *Circles of Sustainability*. Relaciona-se em particular a um projeto conjunto do Pacto Global da ONU, o Programa Cidades e MetrÓpole / Cidades Unidas e Governos Locais Unidos (CGLU) para trabalhar em conjunto e desenvolver um "processo de avaliação de sustentabilidade" metodologicamente robusto para a compreensão de regiões urbanas.

A abordagem se constitui em quatro domínios da prática social, economia, ecologia, política e cultura. Segundo o projeto,

[...] os domínios sociais são dimensões da vida social entendida no sentido mais amplo possível. Estes domínios foram escolhidos como o número

---

<sup>14</sup> Tradução livre da autora.

mínimo de domínios que é útil para dar um complexo sentido do conjunto da vida social. Os principais conceitos aqui para considerar a designação de domínios e para o desenvolvimento de qualquer abordagem global são, portanto, 1. utilidade prática; 2. coerência analítica; 3. complexidade simples; e 4. reflexividade normativa. (INSTITUTE FOR CULTURE AND SOCIETY. WESTERN SYDNEY UNIVERSITY, 2017).

Esse projeto busca a cooperação entre governo, entidades (academia, ONGs, entre outros) e comunidades, em diversos locais no planeta. Em sua orientação metodológica, o projeto prevê uma série de ações em cada um dos domínios (perspectivas), Figura 15.

Figura 15 – Domínios sociais e perspectivas

<b>Economics</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Production and Resourcing</li> <li>2. Exchange and Transfer</li> <li>3. Accounting and Regulation</li> <li>4. Consumption and Use</li> <li>5. Labour and Welfare</li> <li>6. Technology and Infrastructure</li> <li>7. Wealth and Distribution</li> </ol>	<b>Ecology</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Materials and Energy</li> <li>2. Water and Air</li> <li>3. Flora and Fauna</li> <li>4. Habitat and Settlements</li> <li>5. Built-Form and Transport</li> <li>6. Embodiment and Food</li> <li>7. Emission and Waste</li> </ol>
<b>Politics</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organization and Governance</li> <li>2. Law and Justice</li> <li>3. Communication and Critique</li> <li>4. Representation and Negotiation</li> <li>5. Security and Accord</li> <li>6. Dialogue and Reconciliation</li> <li>7. Ethics and Accountability</li> </ol>	<b>Culture</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identity and Engagement</li> <li>2. Creativity and Recreation</li> <li>3. Memory and Projection</li> <li>4. Beliefs and Ideas</li> <li>5. Gender and Generations</li> <li>6. Enquiry and Learning</li> <li>7. Health and Wellbeing</li> </ol>

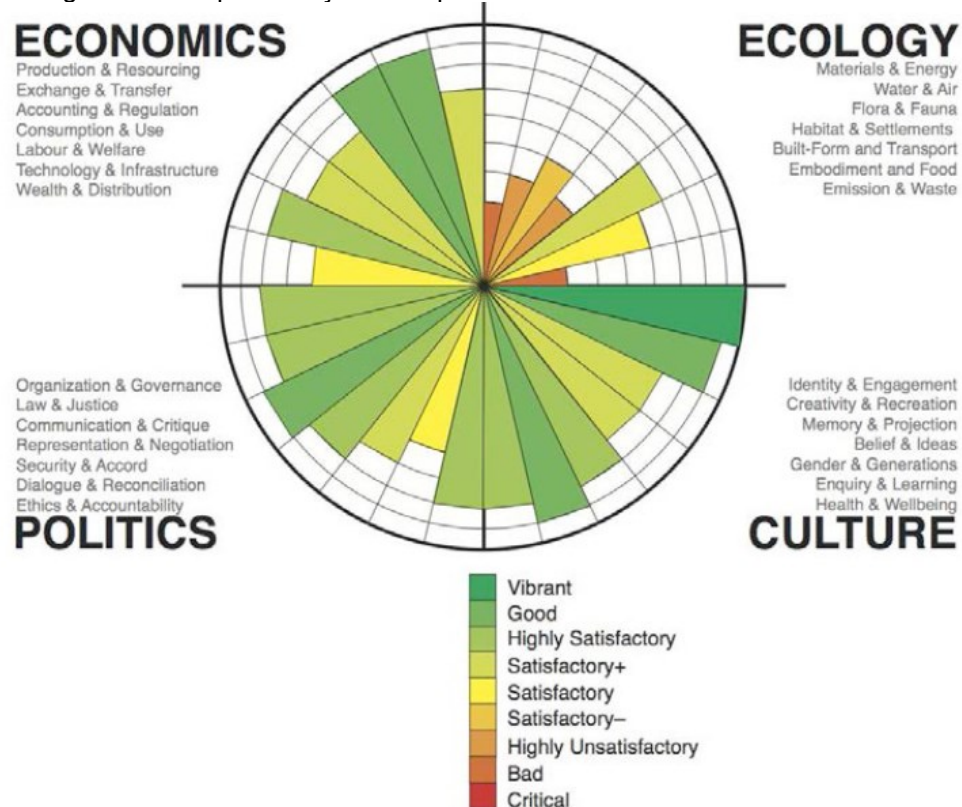
Fonte: Institute For Culture and Society. Western Sydney University (2017)

Segundo o documento cada uma das perspectivas é dividida em sete aspectos na forma de círculo. A justificativa para isso é a de gerar um processo de avaliação mais fina.

Embora a figura do círculo, colorido de acordo com níveis de sustentabilidade (Figura 16), dá uma representação gráfica simples de um resultado de um processo de avaliação. Há uma série de considerações fundamentais que precisam ser consideradas.



Figura 16 – Representação exemplificada dos círculos de sustentabilidade



Fonte: Institute For Culture and Society. Western Sydney University (2017)

A principal consideração implica ter uma forma de avaliar o porquê, a partir de uma perspectiva particular, uma cidade ou localidade é julgada para ter um certo nível de sustentabilidade. No fundo do círculo gráfico, são conjuntos de questões ligadas aos indicadores sociais (INSTITUTE FOR CULTURE AND SOCIETY. WESTERN SYDNEY UNIVERSITY, 2017).

## 4.2 PROJETOS DE PESQUISAS ACADÊMICAS

Para análise, foram consultados dois modelos apresentados em pesquisas acadêmicas: o *GreenKeys* (COSTA, 2008; KASPERIDUS et al., 2006), o de Wielewicky (2010) e o de Celaschi e Krucken (2010).

### 4.2.1 Greenkeys

A terceira referência é do modelo do GreenKeys (KASPERIDUS et al. 2006), do qual se pôde conhecer a metodologia em detalhes no guia para projetos de áreas verdes urbanas. Nele destaca-se:

um aspecto importante na participação pública refere-se à identificação precisa de quem e como envolvê-los, isto é, a análise dos atores e de seus interesses. É necessário saber quem compartilha conhecimento e interesse nas áreas verdes urbanas. No projeto GreenKeys, o envolvimento de atores nas diferentes fases do projeto induziu a uma maior aceitação dos projetos piloto. As experiências mostram que as partes interessadas devem ser munidas de visão clara e compartilhada, com objetivos realizáveis e indicadores de desempenho para assegurar o sucesso (COSTA, 2010, p. 10).

O projeto GreenKeys (COSTA, 2010) teve como objetivo a criação e implementação de estratégias para o desenvolvimento urbano sustentável, baseados em espaços urbanos verdes adequados às perspectivas sociais, ecológicas e econômicas, ampliando a quantidade de cidades sustentáveis na Europa, criando um “*Pool for Green Space Strategies*” (KEIL; KISTMANN, 2014).

A construção do projeto foi elaborada a partir da estrutura de procedimentos já aplicados em projetos do Reino Unido, CABE Space (2004), Greater London Authority (2004) Scottish Executive Central Research Unit (2001). Esses projetos visam à construção de espaços verdes no Reino Unido, mas generalizando, podem ser aplicados como guias para outros projetos territoriais urbanos, em outros locais do planeta (COSTA et al. 2008), como na Figura 17.

Figura 17 – Fases e subfases do projeto GreenKeys (COSTA, 2008; KASPERIDUS et al., 2006)

<b>Fases</b>	<b>Subfases</b>
<b>1 - Preliminary activities</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Secure political support,</li> <li>– Establish a strategy group,</li> <li>– Identifying links,</li> <li>– Preliminary analysis,</li> <li>– Preliminary mission and vision statement,</li> <li>– Preliminary goals,</li> <li>– Strategy framework report,</li> </ul>
<b>2 - Information gathering and analysis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Review of national, regional and local policy,</li> <li>– Analysis of demographic characteristics of the “strategy area”,</li> <li>– Establish landscape/townscape/visual and ecological characteristics of the strategy área,</li> <li>– Establish the spatial planning context of parks and green space,</li> <li>– Assess the supply including site audits and assessments,</li> <li>– Assess the needs and demand including consultation,</li> <li>– Identify local standards,</li> <li>– Definition of priorities,</li> <li>– Identify skills.</li> </ul>
<b>3 - Composing the urban green space strategy and the objectives</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Prepare draft policies,</li> <li>– Prepare draft version of the strategy document, Consultations on the draft strategy,</li> <li>– Prepare an action plan,</li> <li>– Finalise the strategy document.</li> </ul>

Fonte: Kasperidus et al. (2006).

Esse modelo é composto por três fases: 1) Atividades preliminares, 2) Coleta e análise da informação e 3) Composição da estratégia. Cada fase é subdividida em subfases.

Na primeira fase são feitos e firmados os contatos com os envolvidos no projeto, possíveis apoiadores e facilitadores. Dentro desta fase, um grupo de estratégia responsável tem de ser criado, o apoio político tem de ser organizado e uma missão preliminar deve ser alcançada.

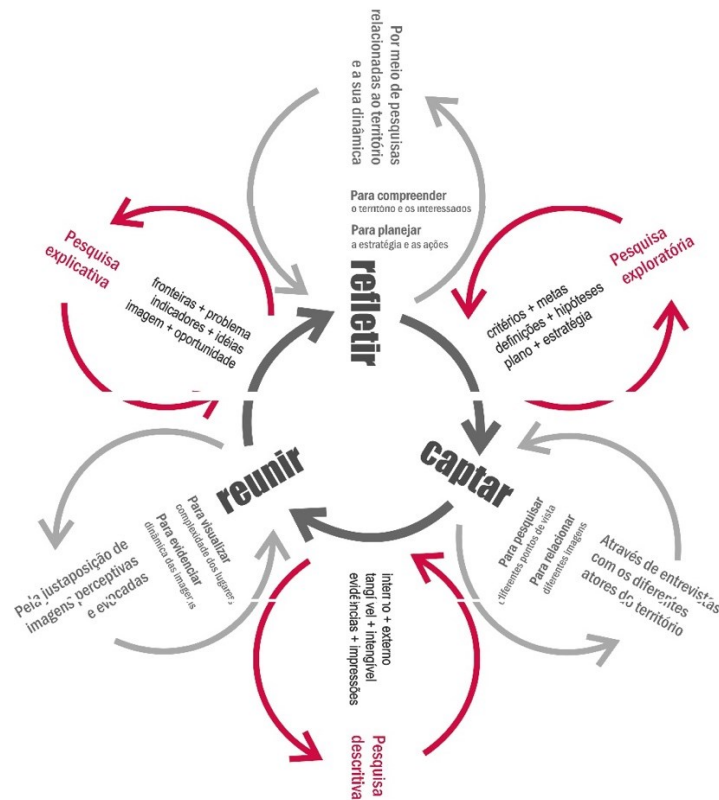
A segunda fase inclui a recolha e análise de "dados objetivos" e informações subjetivas, que são necessárias para colocar a estratégia em uma base empírica satisfatória. O conjunto de dados recolhidos nesta fase é indispensável para fazer julgamentos razoáveis e para descobrir quais são as principais prioridades que a estratégia deve lidar com eles. O conjunto de dados torna possível identificar a situação local do tipo, localização, acessibilidade, qualidade e quantidade de parques públicos e espaços verdes.

Na terceira fase, é preparada uma versão preliminar do documento de estratégia com base nos resultados de suas atividades na fase 1 e 2. Esse projeto de documento é apresentado às partes envolvidas, para uma consulta e aprovação. O documento final é redigido com as alterações sugeridas e posteriormente deverá obter a aprovação da autoridade local.

#### 4.2.2 Modelo de Wielewicki

A quarta referência foi Wielewicki (2010). O trabalho de pesquisa da autora teve como objetivo “propor uma estratégia de pesquisa em design que promova visões compartilhadas acerca das potencialidades dos territórios” (2010, p. 141). Para resolver o problema metodológico, a autora propôs um modelo de morfologia cíclica com três ações básicas: Refletir, Capturar e Reunir. “O modelo um ponto de partida para ações constantes de análise de imagens” (WIELEWICKI, 2010, p. 68), como na Figura 18.

Figura 18 – Métodos aplicados ao modelo de análise.



Fonte: Wielewicky (2010, p. 68).

Esse modelo é fundamentado na observação de três sujeitos: Pesquisador, Interno (morador) e Externo (turista e vizinho). Esse modo foi idealizado porque, segundo a autora,

[...] cada indivíduo, para existir, conta uma história e nesse sentido o 'eu' transforma-se em uma frágil construção, que se produz através das situações e das experiências que o moldam no perpétuo jogo do cotidiano e que se justapõe a diversos outros 'eu' no cenário dinâmico das cidades. (WIELEWICKI, 2010, p. 69).

#### 4.2.3 Modelo de Celaschi e Krucken

A quinta referência foi o modelo apresentado no projeto de Celaschi e Krucken (2010), que visa à valorização do território a partir de seus valores internos, comunicando-os externamente. Nele, a estrutura consiste em uma forma sintetizada de como o design pode ser utilizado por setores produtivos como meio de interação e de divulgação do lugar.

O objetivo, segundo Kruchen (2015), era criar uma visão de longo prazo para projetos de design em sincronia com o setor produtivo. Sobre isso, o relatório

*“Design driven actions for the valorization of territorial resources. The challenge of evaluating and measuring the results”* apresenta um modelo de processo investigativo, em que as questões necessárias ao projeto são divididas em dimensões, conforme a Figura 19.

Figura 19 – Dimensões de análise do território

### Assessment matrix

<b>ECONOMIC WELFARE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Economic development</li> <li>• Involvement of companies, community and government in territorial projects</li> <li>• Strategic position of the territory</li> <li>• Improvement of key territorial facilities</li> </ul>
<b>SOCIAL AND ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Local resources sustainable use and value-adding</li> <li>• Management of environmental resources and waste disposal from new industrial and business activities</li> <li>• Valorization of the landscape and material heritage</li> </ul>
<b>INNOVATION AND CULTURAL POTENTIAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transition from old economy towards a cultural industry</li> <li>• Development of new products and services</li> <li>• Development of innovation capacity</li> <li>• Valorization of immaterial heritage and cultural centrality</li> <li>• Quality of place</li> </ul>
<b>SOCIAL CAPITAL, RELATIONS AND TERRITORY REPUTATION</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Development of communication and reception capacities</li> <li>• Valorization of the territorial brand and the “made in”</li> <li>• External networks</li> <li>• Internal networks</li> <li>• Territorial innovation continuum</li> </ul>

Fonte: Celaschi e Krucken (2010).

Dessas dimensões foram selecionados itens que compuseram uma matriz de relações, conceituando através de imagens os seguintes critérios: Contexto e ambiente, Cultura material, Indivíduo e sociedade X Forma, Cor, Matéria, Ritmo e História. Desses cruzamentos, foi possível focar as dimensões do desenvolvimento territorial de uma perspectiva de design.

## 5 MODELO DE PROCESSO DE GESTÃO DE DESIGN PARA TERRITÓRIOS URBANOS UTILIZANDO A NOÇÃO DE PERTENCIMENTO

Um modelo é uma estrutura que serve de exemplo ou norma<sup>15</sup>, que se destina a ser reproduzido por imitação<sup>16</sup>. A base do modelo consiste em uma estrutura teórica que dê sustentação aos seus propósitos.

Neste trabalho, a estruturação teórica do modelo advém de diversas etapas antecessoras as quais permitem estruturar o modelo utilizado. Para tanto, foram pesquisados os elementos que impulsionam o apego e o sentimento de pertencimento a um lugar. Os requisitos do modelo foram também definidos a partir de dados coletados junto a autores de trabalhos territoriais já realizados. Nessas pesquisas foram identificados pontos a serem incorporados e lacunas com relação a projetos destinados a territórios urbanos que considerassem o pertencimento dos usuários.

Foram então consideradas duas áreas de interesse, uma com base no conceito de design para o território e outra com base nas percepções emocionais relacionadas ao lugar, para o desenvolvimento da noção de pertencimento. Essas duas áreas, quando trabalhadas de forma conjunta, constituíram o objetivo deste estudo.

A partir delas, foram destacados alguns requisitos a serem atendidos, como a seguir. Eles incluem os critérios para a sua elaboração, os pressupostos teóricos, estrutura geral e fases.

### 5.1 CRITÉRIOS PRELIMINARES

Os primeiros critérios considerados na elaboração do modelo foram estabelecidos com relação à literatura investigada e, particularmente, no modelo do Círculo de Sustentabilidade, que define os seguintes pontos: utilidade prática; coerência analítica; complexidade simples; e reflexividade normativa. E do modelo de Wielewicki se apropriou das três ações: refletir, capturar e reunir.

Assim, eles foram definidos como:

---

<sup>15</sup>FERREIRA, AB de H. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa**. Curitiba: Editora Positivo, 2004.

<sup>16</sup>Michaelis Moderno Dicionário da Língua Portuguesa, versão online. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues>>.

- a) Interação entre os atores envolvidos em projetos territoriais durante todo o processo de design, considerando o projeto estratégico e projeto de design;
- b) Ser simples de fácil entendimento e replicabilidade em diversos contextos e usuários;
- c) Ser flexível e possível de se adaptar a diferentes demandas de projetos territoriais;
- d) Ser aplicado em diferentes fases do projeto (planejamento estratégico, informacional, conceitual, detalhamento, comunicação);
- e) Delinear estratégias, diretrizes de projeto de design para territórios urbanos;
- f) Propor e dispor de métodos, técnicas e ferramentas apropriadas capazes de suprir as necessidades de aplicação do modelo pelos designers.

## 5.2 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

Na elaboração do modelo que esta tese apresenta, tomaram-se também como pressupostos teóricos os aspectos marcados a seguir.

Considera-se território urbano o **espaço que propicia a interação entre meio natural (clima, solo, relevo) e os fatores humanos (da produção)**. No território **se desenvolvem atividades humanas e são estabelecidos vínculos a partir do vivido, sentido, percebido e concebido, produzindo conhecimento e reconhecimento**. Para o modelo proposto, esse espaço pode ser considerado como **um bairro, uma comunidade, um distrito, uma cidade**. Ele pode ser desenhado a partir da conformação do espaço geográfico, determinado **por ruas, bairros, praças e seus equipamentos urbanos**.

Considera especialmente o **aspecto cultural**, enquanto produto da apropriação resultante do **imaginário de seus cidadãos** que propicia a configuração de uma **identidade social** conferida pelo território, gerando **ligações afetivas** entre seus membros.

Portanto, nesta tese, o design para o território é considerado uma atividade do **design estratégico** que visa o fortalecimento do vínculo afetivo de seus cidadãos a partir da identidade cultural e social, resultante do imaginário materializado, com bases na valorização do patrimônio local e tecido ao longo do tempo. Avança, no

entanto, em relação aos autores estudados, ao associar aspectos emocionais, propondo um modo de **design operacional** com base no fortalecimento ou promoção do pertencimento. Com isso, busca recuperar, potencializar, desenhar, projetar e articular valores ora esquecidos, ora novos, a partir de uma proposta que como um organismo vivo, apoie-se no **design táctico** incorporando os usuários do espaço urbano, incluindo-os no processo de projeto. Busca, assim, incorporar as instituições, pensamentos, culturas, aprendizagem e conhecimentos do território, de modo a caracterizá-lo e atribuir a ele valor, com a materialização de produtos e serviços de uso coletivo em que a natureza imaterial, comunicativa e organizacional é buscada. Do ponto de vista da gestão de design, portanto, incorporam esses três níveis, buscando a **inovação**, estimulando a economia e melhorando a qualidade de vida ao propor um modelo que se vincula a sistemas, serviços e experiências. Com isso, busca aumentar o valor do **capital territorial**.

No modelo proposto, o capital territorial é considerado na sua fase inicial ao definir os elementos do **briefing de projeto**, que devem levar em conta a **tecnologia; os valores e interesses comuns; os recursos humanos; os recursos físicos e sua gestão; as formas de governança e seus atores; e os mercados e relações com o mundo exterior ao lugar**. Leva em conta também aspectos tangíveis e intangíveis – **relacionamentos, conhecimento, confiança, cultura, entre outros, para conectar pessoas e coisas do lugar**. Pressupõe uma interação harmônica entre o **designer e os atores do processo**, assim como uma compreensão dos seus **elementos morfológicos naturais e construídos**, considerando inclusive a agenda local.

Do ponto de vista do design, visando à emoção, refere-se ao estabelecimento de um modo de projetar com o intuito explícito de **promover o despertar ou o evitar determinadas emoções**, com o desenvolvimento de ferramentas de auxílio ao processo de design. Enquanto abordagem holística das **necessidades e desejos do usuário** busca oferecer experiências emocionais positivas de cunho subjetivo, em que o objetivo é o de salvaguardar o **bem-estar** dos cidadãos, propiciando uma emoção agradável, seja pelas **sensações corporais**, pelas **emoções psicológicas**, a partir de benefícios pessoais, ou por **emoções sociológicas e ideológicas**.

A partir da incorporação dos **usuários no processo de definição inicial de projeto**, estimula a incorporação preponderante dos níveis comportamentais e



reflexivos do design emocional. Busca, com isso, oferecer elementos que possam na fase de desenvolvimento do projeto atuar de modo mais integrado o nível visceral.

Considerando o cidadão como participante do projeto, que vê, usa, possui e pensa a respeito do seu território, traz os **elementos cognitivos da emoção** que podem se converter em produtos e serviços ofertados à comunidade, a partir da **utilidade, agradabilidade e**, especialmente, da **legitimidade positiva**. Toma as emoções como intimamente associadas à vida diária dos cidadãos, as quais podem ser positivas a partir de boas práticas de projetos centrados no usuário, já que as emoções são tipificadas de acordo com a reação física e essas podem determinar a reação emocional, mesmo que ela não seja externada em palavras.

Considerando que o comportamento emocional é impulsionado por objetivos relacionais e orientado para um estado futuro desejado, é compreensível que as emoções em relação a um bem público podem ser modificadas. **Emoções positivas** podem, segundo o estudo realizado, ser consideradas na construção de um modelo de projeto que se oriente para um determinado território. Isso pode ser obtido a partir da **ativação, excitação ou gatilho da dimensão emocional**.

Esta tese foca, de modo diferente da maioria dos trabalhos, na visão das emoções positivas. As ações delas oriundas são na maioria das vezes **vagas e não específicas e difíceis de serem medidas**. Neste sentido, como não chega a propor um projeto em si, e sim um modelo para o estabelecimento de estratégias de projeto, não considerará este aspecto.

Finalmente, de modo conceitual, considera que, a partir do fortalecimento da identidade social de um território, pode estimular a relação de **co-pertença entre ser e pensar**, de um espaço e tempo simbólicos.

Toma o elemento de aderência a percepção de fazer parte, de ser do mesmo grupo ou de ter os mesmos interesses. Dele desponta a identidade que permite a identificação simbólica com o lugar e com o pertencimento. Com isso estabelece-se uma relação de apego, fortalecendo **laços de solidariedade**, que, no contexto pós-moderno visam à comunidade de destino, fundida por ideias ou por uma variedade de princípios, ao propor elementos aos quais se deve **aderir, comparar, fazer escolhas e fazê-las constantemente**, reavaliando as já tomadas e conciliando demandas contraditórias. Portanto, o modelo não deve ser considerado como uma solução estanque, mas sim para a atualização constante do design de cunho emocional ofertado para um território.

Trata-se, portanto, de uma **identidade de projeto**, construída pelos atores sociais de um território específico, a partir de um material cultural que esteja ao seu alcance com o objetivo de redefinir sua posição na sociedade, a partir da emoção que pode se estabelecer em relação aos seus produtos e serviços coletivos, a partir dos planos social e comunitário, como pontos de referência.

Busca também a solução de problemas associados aos não-lugares, buscando criar sentido e unidade à ação, com referência às dimensões econômica, política, cultural, pela mediação que o design de seus produtos e serviços estabelece, na construção e manutenção de princípios de **distinção, continuidade, autoestima e auto eficácia**. Tomam-se, como base, os elementos estruturantes **pessoas, processo e lugar**, que pertencem a grupos culturais que se ligam pela cultura, religião, gênero, ou por compartilharem a mesma história, valores e símbolos, representados em seus artefatos guardados na memória. Considera o **morador, os vizinhos e os visitantes**, enquanto formadores de uma cidade onde bairros, **marcos e passagens** se diferenciam e são responsáveis pelo fortalecimento dos laços sociais entre os moradores e propiciando a apropriação coletiva dos espaços. Nesse sentido, a percepção de pertencimento depende diretamente de reações emocionais em relação a um lugar e, como tal, torna-se crucial entender quais são as emoções envolvidas nesse processo.

Os **laços sociais** são criados a partir da percepção de pertencimento à vizinhança ou ao bairro, pela familiaridade existente entre os seus membros, e pela sua característica física. A **linguagem do lugar** é formada pelas características simbólicas e culturais dos habitantes, com seus hábitos, cultura, padrão econômico; os aspectos decorrentes do patrimônio cultural e histórico; e das características sociais e ambientais tanto das pessoas que ali habitam, como das singularidades do lugar. Por outro lado, é pela **narrativa do lugar** que se conhece o espírito do lugar e como se exterioriza a identidade. São os assuntos relativos ao sentido de comunidade e riqueza histórica, cultural da localidade, a interpretação do discurso do lugar e os valores fundadores. Tomam-se também, como base, os sentimentos de **segurança** (proteção), **proximidade** (laços sociais) e o **conforto** (bem-estar).

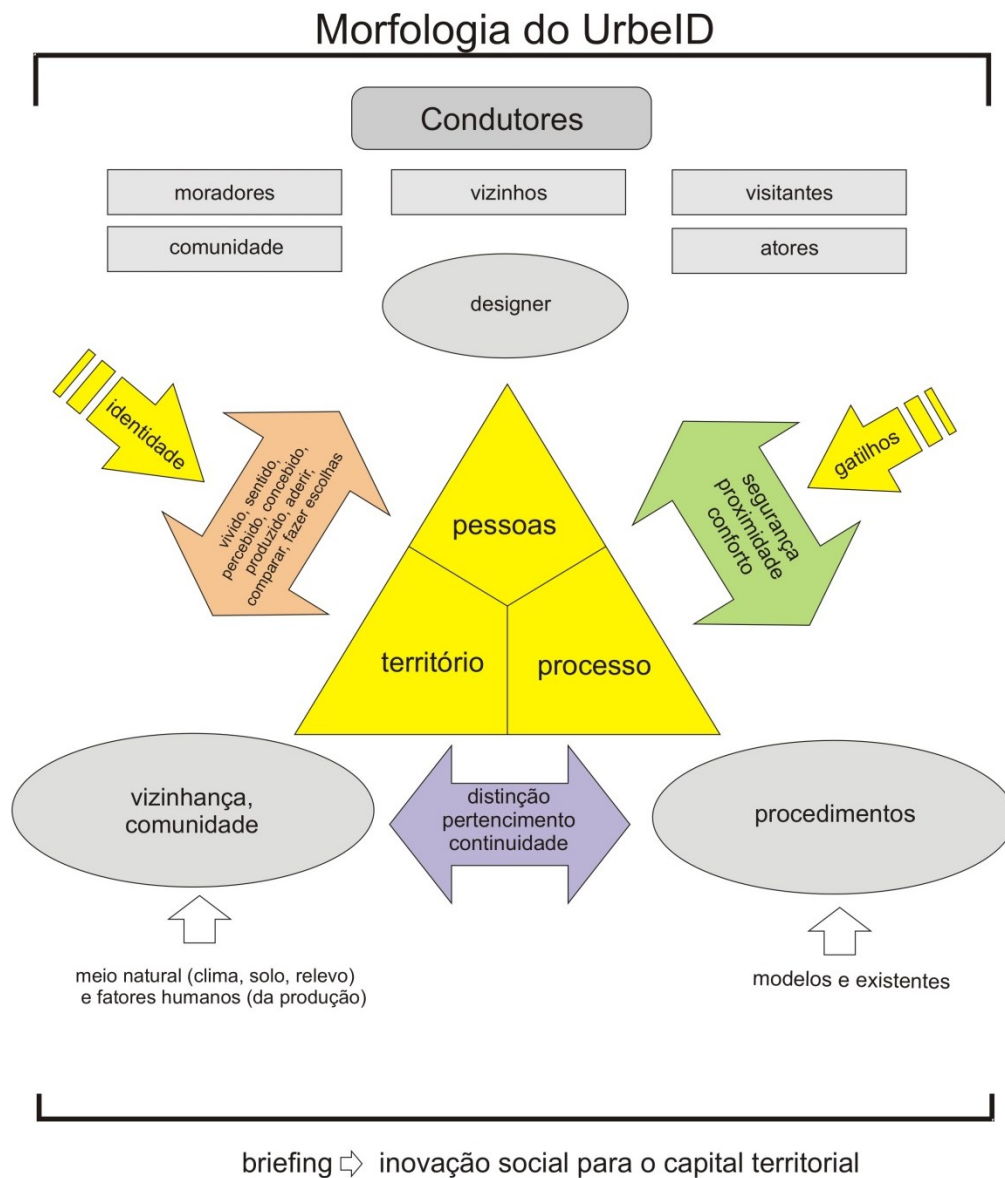
A **segurança** toma em conta as seguintes variáveis, emocional, ambiental e de usabilidade, já que se verifica uma relação direta entre a percepção de segurança (proteção), a forma e o grau de ligação que indica o significado de um lugar para os usuários imediatos. Com a **proximidade** (laços sociais) se busca compreender as

relações de unicidade, identidade e referências que os moradores identificam nesse lugar. Já o **conforto** é considerado sob o ponto de vista de vegetação, existência de comércio e serviços, bancos para descanso e contemplação, circulação normal de pessoas, segurança, acessibilidade, limpeza e manutenção. A importância dos atributos físicos no apoio às atividades das ruas propicia o apego contínuo. **Fatores emergentes** criam condições básicas para o envolvimento das pessoas. Eles determinam a participação e a responsabilidade pelo design de um produto ou serviço, com o fim de sua promoção. Para isso, são necessários **condutores** (situacionais, de dependência do caminho, múltiplos atores e múltiplas camadas), visando à determinação das características de envolvimento: histórico das pessoas e do lugar, compreensão da população local e das múltiplas camadas que compõe essa população.

E da quinta referência em termos de modelos, tomou-se como base para a elaboração do UrbelD os aspectos: **contexto e ambiente, cultura material, indivíduo e sociedade**, relacionados à **forma, cor, matéria, ritmo e história**.

A Figura 20, a seguir apresenta um resumo dessa fundamentação teórica estabelecida para a estruturação do modelo UrbelD.

Figura 20 – Base para a formação do modelo UrbelD



Fonte: A autora (2017).

### 5.3 ESTRUTURA GERAL

A estrutura do modelo foi estabelecida considerando inicialmente 4 etapas preliminares. Nelas, foram considerados como base os aspectos táticos da gestão de design, que correspondem aos dois níveis iniciais propostos pelo Medesign:

- a) Nível de relacionamento com a definição do sistema;
- b) Nível de estratégia de design com a definição estratégica de projeto.

O terceiro nível do Medesign, nível de artefatos com a definição do sistema de produto, foi considerado aplicável na parte de elaboração do projeto, propriamente dito, como design operacional.

Para a sua estruturação, considerou-se, então, as fases do modelo proposto pelo Greenkeys (COSTA, 2008; KASPERIDUS et al., 2006). Para as fases, considerou: 1) atividades preliminares; 2) coleta de informações; e 3) estabelecimento das estratégias. Porém, agregou mais uma, a de definição de requisitos de projeto.

Por outro lado, tomou para o designer ou o profissional responsável pela condução do projeto, o papel de fomentador da configuração dos artefatos por meio da oferta de ferramentas, linguagens, habilidades e práticas voltadas para a criação.

#### 5.4 A ETAPAS DO MODELO UrbeID

Para a elaboração do modelo, considerou-se inicialmente a estrutura teórica apresentada anteriormente. Ela foi analisada para compor um eixo fundamental que sustenta a noção do pertencimento, que alicerça a fundamentação dos sentimentos gerados a partir da experiência vivenciada do modelo.

O UrbeID visa ao desenvolvimento de design de produtos de uso público, coletivo, que favoreçam, primeiramente, uma experiência de identificação dos seus usuários, que propiciem a seguir um sentimento de pertencimento.

Para atingir a esse objetivo foram definidas 4 etapas:

- 1- Formação da parceria de competência
- 2- Caracterização do território
- 3- Definição de prioridades
- 4- Composição dos requisitos de projeto

Para cada etapa, foram detalhados processos para a complementação que são identificados como sub etapas para o detalhamento do objetivo, descritas no item “Sub-etapas do modelo de Design UrbeID”.

O conjunto dessas etapas antecede ao projeto de design propriamente dito, conforme as metodologias propostas para esse fim.

Na Figura 21, a seguir, podem-se ver como essas etapas se apresentam.

Figura 21 – Etapas do planejamento e execução das atividades do projeto.



Fonte: A autora (2017).

A seguir, apresenta-se o conteúdo de cada uma delas, com os objetivos a serem atingidos.

#### 5.4.1 Etapa 1: Formação da parceria de competência

A Etapa 1, de formatação da parceria de competência, consiste na busca por parcerias necessárias ao desenvolvimento do projeto com finalidade de atender a interesses públicos. Nessa etapa, é essencial a conexão entre os órgãos de interesse, público ou privado.

Inicialmente são estruturadas e articuladas as possíveis colaborações e participações. Na sequência, são definidos os objetivos do projeto e possíveis envolvidos, para que numa etapa subsequente esses sejam consultados, a fim de verificar o interesse na participação.

Estabelecidos esses contatos, formalizam-se essas parcerias que propiciarão a continuidade do processo.

#### 5.4.2 Etapa 2 – Caracterização do território

O design para o território prevê a sua aplicação em um lugar específico. Portanto, na segunda etapa, inicia-se a definição do lugar onde será executado/aplicado o projeto e o desenvolvimento de um conhecimento mais profundo dele.

Para isso, consideram-se os três tipos de usuários: moradores, vizinhos e visitantes, que foram identificados na literatura como “olhar interno” e “olhar externo”.

Então, são coletadas informações com a finalidade, a partir da percepção desses moradores, vizinhos e visitantes, de caracterizar o lugar. Essa construção possibilita encontrar as percepções identitárias, as falhas e as possíveis melhorias a serem implantadas naquele território.

#### 5.4.3 Etapa 3 – Definição de prioridades

O terceiro momento busca definir as prioridades a serem atendidas. A partir da definição de objetivos e resultados esperados, é possível delimitar a abrangência e a forma de aplicação do projeto.

O resultado desta fase permite identificar quais questões são relevantes à população daquele lugar.

#### 5.4.4. Etapa 4 - Composição dos requisitos

Na quarta etapa, a partir dos dados já coletados, propõe-se uma composição de requisitos para o projeto em relação ao caso abordado. Esses estarão intimamente ligados aos objetivos do projeto a ser desenvolvido.

O problema é considerado como pertencente ao governo municipal e suas interações com a população do município, considerando as suas necessidades coletivas de um lugar específico, por exemplo, um bairro.

Percorrendo-se essas quatro etapas que resultam em definições base, é possível iniciar o projeto de design de um artefato ou interação que esteja alinhada aos interesses da população e do governo municipal.

Ressalta-se que, ao final de cada etapa, é necessário verificar se todas as ações foram realizadas, e se não existem assuntos ou ações pendentes que precisam ser resolvidos antes de iniciar a próxima etapa. Uma retroalimentação do projeto é prevista.

No modelo denominado UrbeID, proposto como estrutura metodológica para a elaboração de projetos de design para equipamentos urbanos, após a sua realização, no projeto, passa a adotar a metodologia clássica de design.

## 5.5 SUBETAPAS DO MODELO DE DESIGN URBEID

Neste tópico, são apresentadas subetapas de cada etapa definida anteriormente. Considera-se que cada subetapa consiste no atendimento a objetivos específicos.

Elas estão assim constituídas:

### 5.5.1 Etapa 1 – Formação de parceria de competência

Subetapas:

- a) Definir a competência a ser formada;
- b) Identificar os atores;
- c) Estabelecer o grupo de apoio estratégico;
- d) Análise preliminar do problema a ser abordado.

### 5.5.2 Etapa 2 – Caracterização do território

Subetapas:

- a) Mapear o território para identificar quem é o público de interesse e de interferência.

### 5.5.3 Etapa 3 – Definição de prioridades

Subetapas:

- a) Desenvolver visão do governo e da comunidade sobre a questão analisada;
- b) Priorizar os elementos que estimulem, representem a identificação com o território.

### 5.5.4 Etapa 4 – Composição dos requisitos

Subetapas:

- a) Elaborar de diretrizes que atendam às necessidades levantadas;



- b) Construir cenários para a melhor compreensão das necessidades, contemplando o contexto local levantado;
- c) Visualizar as oportunidades detectadas e não contempladas em algum projeto anterior;
- d) Sugerir ferramentas para estabelecer visões, projetos comuns e compartilhados. Facilitar a comunicação e a administração entre as partes que fazem parte da pesquisa a fim de estimular o comportamento colaborativo desejado para a solução do problema levantado.

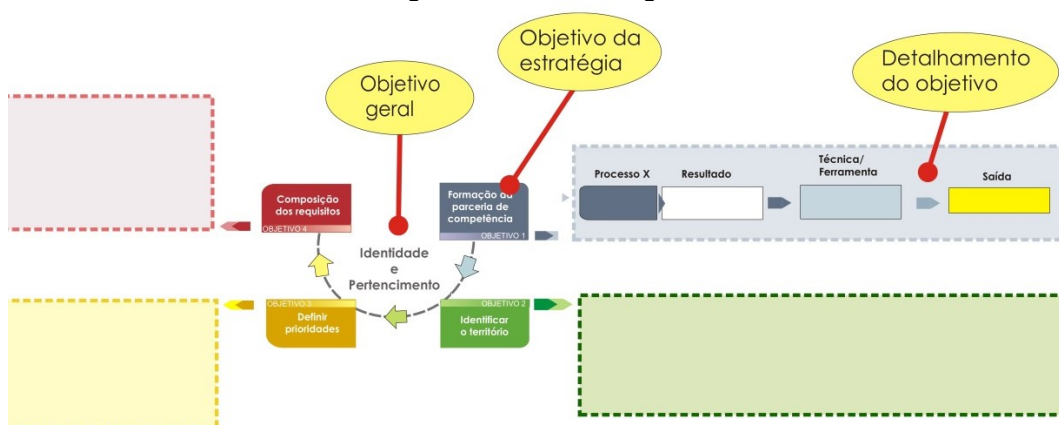
## 5.6 ESTRUTURA GERAL DO MODELO

A partir desse detalhamento das etapas e suas subetapas, definindo seus objetivos, pode-se construir o delineamento das ações esperadas e que atendam aos objetivos de projeto.

Cada etapa tem procedimento a ser executado a partir de um processo. Dele espera-se obter um resultado, que apontará uma ou mais técnicas e/ou ferramentas a serem aplicadas para a solução ou resposta ao processo e que levarão a uma ou mais respostas ao(s) problema(s) descrito(s).

A Figura 22, a seguir, apresenta a estrutura geral do modelo.

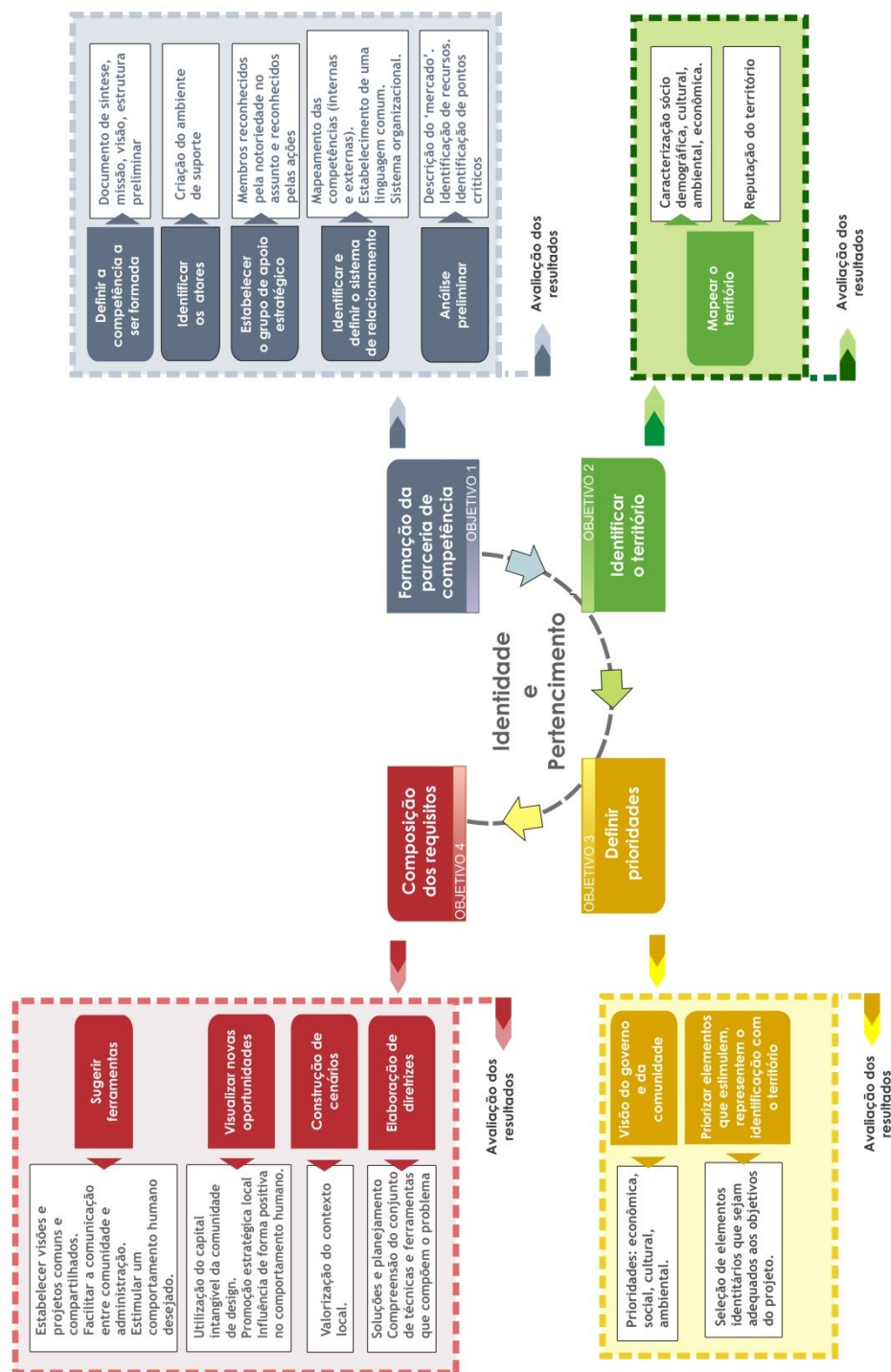
Figura 22 – Estrutura geral do modelo.



Fonte: A autora (2017).

Considerando-se as quatro etapas apresentadas acima e seus desmembramentos, em subetapas com seus detalhamentos, foi então detalhado o modelo proposto para as atividades de desenvolvimento pré-projetual, contemplando as ações previstas ao longo dessa investigação, como na Figura 23.

Figura 23 – Proposta do Modelo UrbeID.



Fonte: A autora (2017)

## 5.7 DETALHAMENTO DO MODELO URBEID

Tendo apresentado a macroestrutura do modelo, esta seção detalha cada uma das etapas em forma de fluxograma, mapas conceituais e quadros com

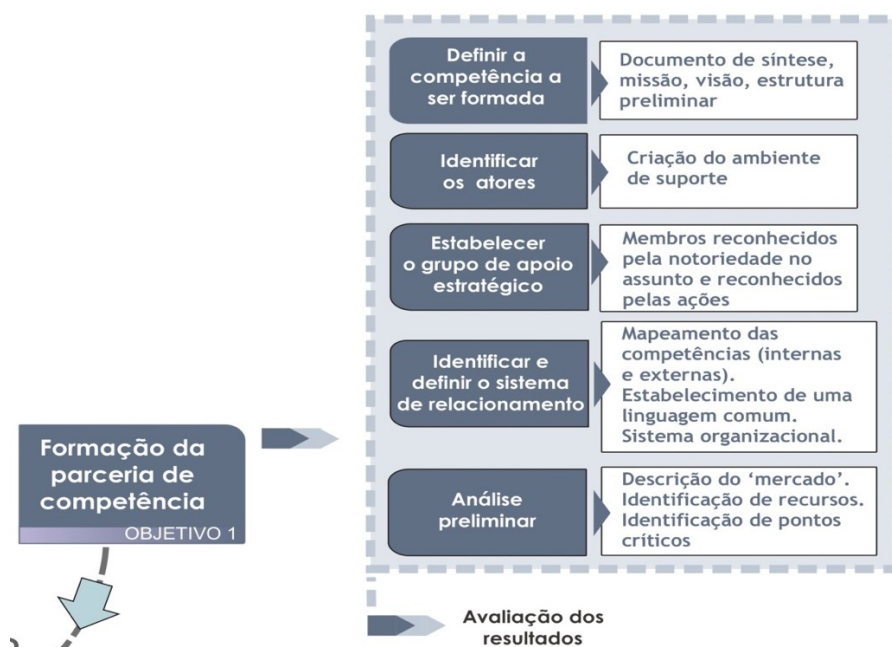
detalhamento das atividades, matrizes de interação, resultados esperados e técnicas e ferramentas.

### 5.7.1 Formação da parceria de competência

Essa etapa compreende a construção do briefing preliminar, onde são definidas as metas e as limitações do projeto, etapa fundamental para o sucesso do projeto. Nela os atores principais são identificados e contatados. A responsabilidade estratégica do grupo precisa ser criada, assim como o suporte político deve ser assegurado e a missão preliminar alcançada. Os arranjos consolidados nessa etapa são fundamentais para a sequência do projeto, portanto as recomendações, as questões discutidas e acordadas devem ser cuidadosamente observadas ao longo do projeto.

A estrutura utilizada para integrar o detalhamento dessa etapa foi particionado em cinco subetapas, apresentadas na Figura 24.

Figura 24 – Detalhamento do objetivo 1



Fonte: A autora (2017).

Para a construção dessa estrutura preliminar, seguem-se os seguintes processos:

– Processo 1 - **Definir da competência a ser formada**. Nesse processo é essencial o comprometimento dos participantes para a definição dos procedimentos e meios que permitem a elaboração de um projeto, que demarca a intenção e possíveis resultados a serem obtidos.

- Resultado – Documento de síntese e análise. Construção do cenário futuro do projeto na visão macro do briefing, definição da missão, visão e estrutura preliminar;
- Técnica /Ferramentas – Relatório do quadro preliminar de estratégias, SWOT, gráficos e ou matrizes de cenários;
- Saída - Objetivos e estratégias de ação, relatadas, compreendidas e acordadas entre os membros que idealizam o projeto.

A figura 25 apresenta o detalhamento dessa etapa.

Figura 25 – Detalhamento do Objetivo 1, Processo 1 Definir a competência a ser formada.



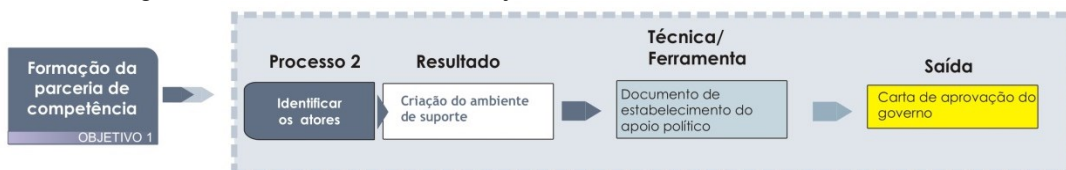
Fonte: A autora (2016)

– Processo 2 - **Identificar atores envolvidos** – A elaboração do projeto depende da participação de certos membros, pertencentes às entidades que participam destas. Para que haja um planejamento das futuras ações e o seu consequente desenvolvimento, é necessário que seja criado esse ambiente de cooperação e compartilhamento.

- Criação de um ambiente de suporte. Cujas intenções são alinhar as expectativas do resultado a ser obtido. Criar um ambiente de suporte e complementação das ações desenvolvidas, em que os envolvidos estão comprometidos com a aplicação dos procedimentos e com a avaliação final;
- Resultado: Documento de estabelecimento do apoio político;
- Saída: Carta de aprovação do prefeito ou autoridade competente.

A Figura 26 apresenta o detalhamento da identificação dos atores.

Figura 26 – Detalhamento do Objetivo 1, Processo 2. Identificar os atores



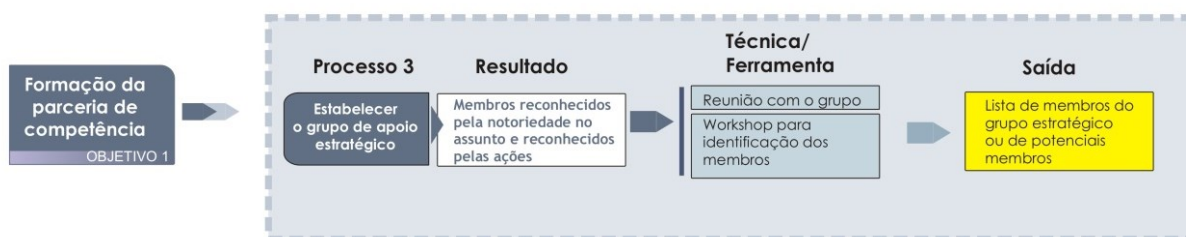
Fonte: A autora (2016).

–Processo 3. **Estabelecimento de um grupo estratégico** (3 a 8 pessoas). Pessoas chave que possam dar suporte, tenham notoriedade no assunto e que sejam reconhecidas por suas ações.

- Resultado: Grupo estratégico de suporte cujos membros tenham notoriedade no assunto e que sejam reconhecidos por suas ações;
- Técnica/ferramenta: matriz de competências. Realização de workshop com o objetivo de identificar os membros participantes;
- Saída - lista de membros do grupo estratégico ou potenciais membros.

A figura 27 apresenta o estabelecimento do grupo de apoio estratégico.

Figura 27 – Detalhamento do Objetivo 1, Processo 3. Estabelecer o grupo de apoio estratégico.



Fonte: A autora (2016)

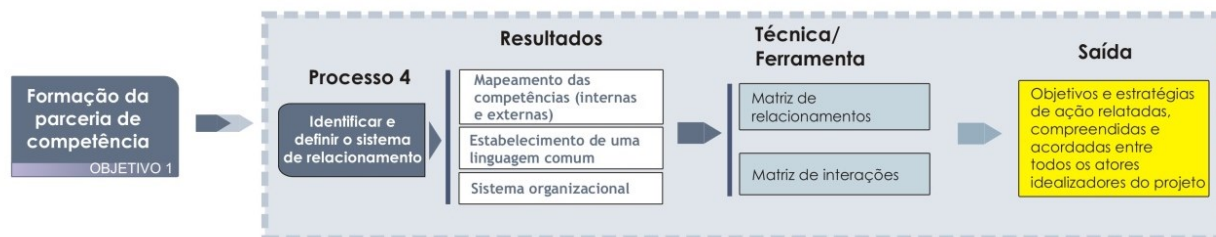
–Processo 4 - **Identificar e definir o sistema de relacionamento**. Esse processo prevê a participação de diversas pessoas alocadas em diversas atividades e com responsabilidades diversas. Para que esse processo de investigação ocorra de modo esperado, é necessária a definição de atividades e funções para cada uma das partes. Esse posicionamento permite organizar as atividades com base nos resultados esperados.

- Mapeamento das funções. Avaliação interna (do território) – quem tem interesse, conhecimento, influência. Identificação de quem deve ser

- informado/consultado. Avaliação externa – políticas públicas, apoios, projetos anteriores ou atuais (âmbito local, regional, estadual e nacional);
- Linguagem a ser utilizada entre os membros do grupo;
  - Sistema organizacional a ser adotado;
  - A técnica/ ferramenta a ser utilizada é a matriz de relacionamentos<sup>17</sup> e a matriz de interações: Matriz CRUD<sup>18</sup>;
  - Saída – após esse processo, é possível determinar os objetivos do grupo, em relação aos resultados esperados, obtidos através de estratégias de ação adotadas. Com base nessas, espera-se obter os relatórios das ações realizadas, compreendidas e acordadas entre todos os atores idealizados do projeto.

A Figura 28 apresenta a etapa apresentada.

Figura 28 – Detalhamento do Objetivo 1, Processo 4. Identificar e definir o sistema de relacionamento.



Fonte: A autora (2016).

–Processo 5 - **Análise preliminar** – Essa etapa tem o objetivo analisar a questão a ser estudada e para a qual serão elaboradas ações.

- Descrição do atual “mercado”. Possíveis problemas, obstáculos, oportunidades, potencialidades para desenvolvimento, necessidades

<sup>17</sup>Matriz de relacionamentos, proposta por Pompêo (1998), que oferece elementos de apoio ao exercício de inter cruzamento de temas. A leitura que propomos dos resultados dessa matriz abre oportunidade à observação relacional a partir de duas perspectivas: (1) Leitura Horizontal: momento do falar temático - como cada tema questiona o outro; e (2) Leitura Vertical: momento do ouvir temático - o que cada tema reclama ao outro (SIERVI, 2000, p. 53).

<sup>18</sup>Um referencial que permite a descrição e a análise das relações entre as actividades dos processos e a informação manipulada no contexto do negócio. Nesta matriz, cada uma das suas células descreve as acções que um processo exerce sobre uma entidade informacional associada e que podem ser: *Create* (criar), *Read* (ler), *Update* (atualizar) e *Delete* (excluir) (SERRA et al. 2008, p. 03).

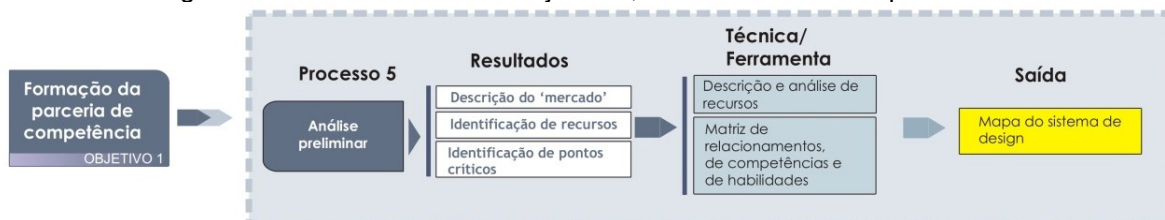


locais, projetos existentes, outros projetos para informar sobre a situação a ser encontrada;

- Identificação de recursos – pessoas, equipamentos, facilidades, recursos financeiros;
- Identificação de pontos críticos – pontos que poderão comprometer o processo ou facilitadores para a ação a ser demandada;
- Para essa tomada de decisões, inicia na avaliação da situação atual, na descrição e análise dos recursos (de qualquer ordem como, financeiros, de pessoal, de requisitos, entre outros) disponíveis. Substanciado nessas informações é possível traçar uma matriz de relacionamentos, de competências e de habilidades, da situação encontrada;
- Saída – a partir dos dados relacionados, esses que interferem ou facilitam uma ação previamente idealizada, determina-se o quadro de estratégias preliminares. Observada a situação do usuário final, para o qual será realizada uma ação. (*System Map*).

Na Figura 29, apresenta-se a análise preliminar.

Figura 29 – Detalhamento do Objetivo 1, Processo 5. Análise preliminar.



Fonte: A autora (2016).

–Processo 6 – **Avaliação dos resultados**. Ao se finalizar esta etapa, realiza-se uma avaliação de resultados. Nela são avaliadas todas as etapas realizadas, se essas foram executadas dentro do planejado, ou se houve algum desvio.

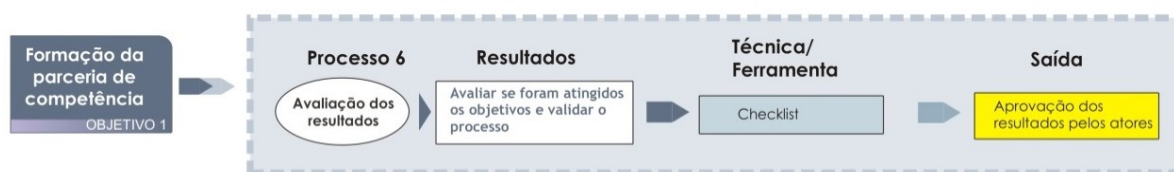
- Avaliação dos resultados obtidos com a finalidade de verificar se o processo foi validado. Para este resultado esperado a técnica de verificação é feita por meio de um *checklist* onde são comparados os resultados esperados com os obtidos. A partir dessa análise, é possível apresentar um relatório aos atores envolvidos nesse processo. Nessa

avaliação são verificados se todos os itens previamente esperados foram verificados ou se há necessidade de ampliar a abordagem para rever os críticos;

- Saída – quadro de estratégias preliminares. Situação do usuário (realizadas por meio do *System Map*).

A figura 30, concluiu-se essa etapa, avaliando os resultados obtidos.

Figura 30 – Detalhamento do Objetivo 1, Processo 6. Avaliação dos resultados.



Fonte: A autora (2016).

### 5.7.2 Identificação do território alvo

Esta etapa inclui a coleta e análise de dados objetivos e subjetivos. Informações que são necessárias para colocar a estratégia sobre uma base empírica satisfatória. O conjunto de dados recolhidos nesta etapa é indispensável para fazer julgamentos razoáveis e para depois descobrir quais são as principais prioridades que a estratégia deve lidar com eles. O conjunto de dados torna possível identificar a situação local todos os elementos que fazem parte do território e que são as variáveis do processo de design. E delinear qual é a reputação que o território tem perante o público interno e externo. O intuito é descobrir como ele é percebido e quais os pontos chave na identificação do mesmo. Essa percepção de identificação é crucial para a construção do modelo de processo de design.

A estrutura utilizada para integrar o detalhamento dessa etapa foi apresentada em uma sub etapa, apresentada na Figura 31.



Figura 31 – Detalhamento do objetivo 2.



Fonte: A autora (2017)

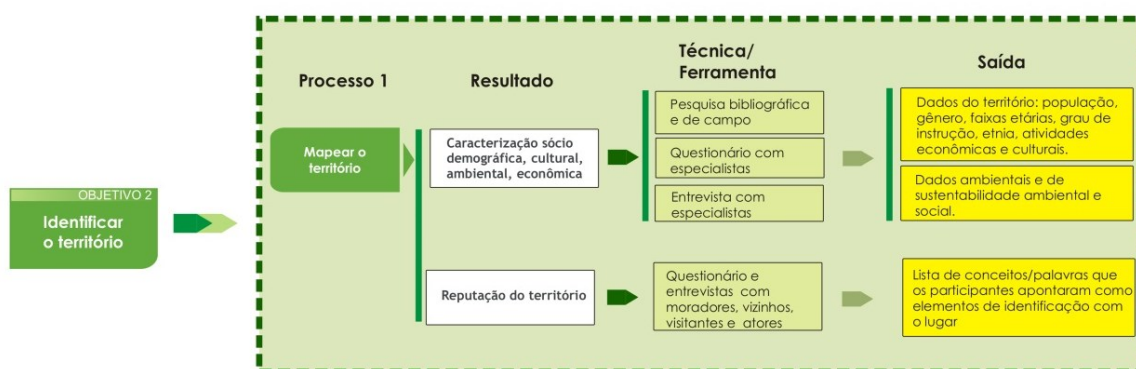
– Processo 1 - **Mapeamento do território** – essa etapa é crucial para a realização da ação. A adequação do processo à realidade encontrada no local, adaptação às pessoas que fazem parte da pesquisa, percepções emocionais e econômicas. Assim como as condições tipificadas do local e que o identificam dentre outras, é um dos requisitos primordiais nessa pesquisa. Pois deles depende o desenvolvimento dessas.

- Caracterização sócio demográfica – população, idade, grupos étnicos, desempregados, fragilizados etc;
- Caracterização cultural/patrimônio histórico – valores materiais e imateriais, qualidade do lugar;
- Caracterização ambiental – paisagem urbana, características visuais e ecológicas, caráter, espaços públicos/privados, áreas externas agradáveis, mobilidade, diversidade de espaços;
- Caracterização econômica – posicionamento estratégico do território, empresas que promovem o território;
- Reputação do território;
- Interno (percepção do habitante do lugar) e Externo (percepção dos vizinhos, turista, pesquisador);
- Legibilidade – imagem clara e fácil de entender sobre o lugar. “*made in*”;
- Fontes de pertencimento. O que é percebido como identitário. Empoderamento das coisas do lugar;

- *Learning region* – objetivo de inovação. Sociedade que tem a capacidade de inovar, através da aprendizagem coletiva para desenvolver novos conhecimentos. *Know how* prático de um conhecimento;
- Histórias e opiniões sobre o lugar resultam em indicadores de pertencimento que, por sua vez, apontam para resultados possíveis e esperados;
- Saída – Matriz/mapa/painel de característica e valores.

A Figura 32 apresenta o mapeamento do território analisado.

Figura 32 – Detalhamento do Objetivo 2, Processo 1, Mapear o território



Fonte: A autora (2017)

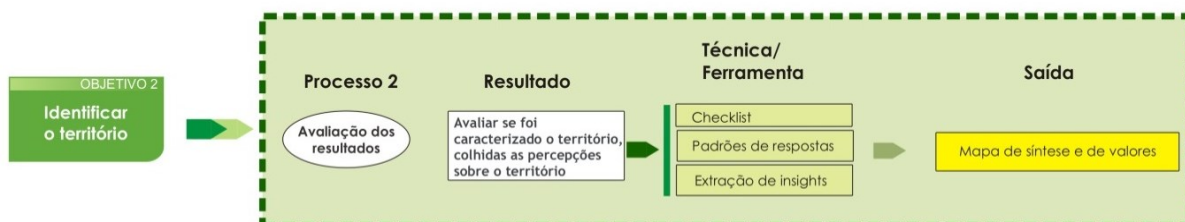
– Processo 2 – **Avaliação dos resultados** – Nessa fase é essencial para a continuidade do processo que as informações coletadas sejam avaliadas e caracterizadas como verdadeira imagem que as pessoas tem do lugar. Essa condição é importante pois dela resultarão todas as intervenções.

- O resultado esperado é que a avaliação de caracterização do território seja real, verídico e se tenha colhido as informações e as percepções sobre o território pesquisado;
- A realização desta etapa tem utiliza técnicas e ferramentas como para facilitar e verificar a coleta de dados;
- *Checklist* para listar as perguntas e manter um padrão de resposta, que permita ser analisado posteriormente e agrupado em termos adequados à pesquisa. A partir dessas respostas, é possível a extração de informações prelevantes ao tema/objeto pesquisado;

- Saída – o resultado dessa pesquisa específica é um mapa de síntese e de valores (materiais e imateriais) identificados e adequados ao pesquisados.

A Figura 33 apresenta essa avaliação dessa etapa.

Figura 33 – Detalhamento do Objetivo 2, Processo 2, Avaliação dos resultados



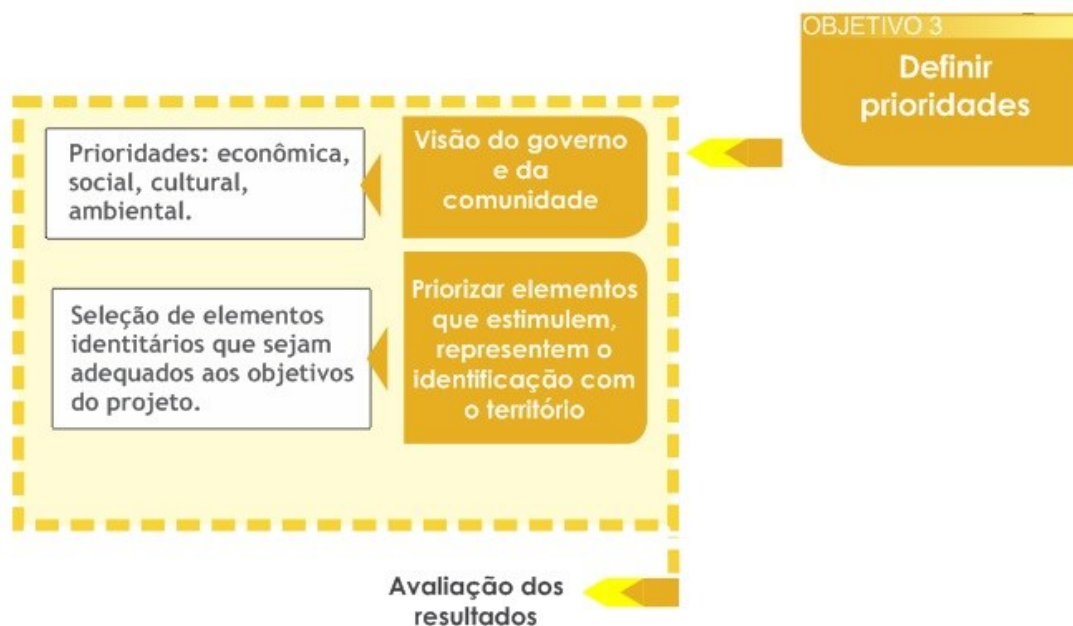
Fonte: A autora (2017).

### 5.7.3 Definir prioridades

Nas etapas anteriores, foram apontados valores, necessidades e carências do território, mas um projeto de design não tem a pretensão de conseguir resolver todos os problemas. Para tanto, é necessário apontar quais as prioridades que serão o objeto do projeto. Projetos territoriais têm grande probabilidade de acrescentar o pertencimento e orgulho de um território, pois comunica as coisas do lugar e dá valor a elas.

A estrutura utilizada para definir as prioridades dessa etapa foi particionado em duas subetapas, apresentadas na Figura 34.

Figura 34 – Detalhamento do Objetivo 3



Fonte: A autora (2017)

- Processo 1 - **Visão do governo e da comunidade** – Nessa fase do projeto de design, é essencial a visão do governo, pois ele é quem regulamenta as ações, os objetos e as práticas compulsórias à população, especialmente quando aplicadas em espaços públicos. Entretanto essas necessitam atender ao desejo da população, para que passem a reconhecê-la como parte do seu espaço, algo que possibilitará a identificação, afeição e, conseqüentemente, o cuidado.
- Visão do Governo – prioridades apontadas pelo governo nos aspectos: econômico, social, ambiental, cultural;
- Visão da comunidade - prioridades apontadas pela comunidade nos aspectos: econômico, social, ambiental, cultural;
- Unidade de satisfação – quais são os sonhos, desejos e perspectivas da comunidade e do governo, que sejam desejáveis, praticáveis e viáveis;
- Saída – Matriz de prioridades e desejos;
- Ferramentas – Entrevista, *survey*.

A Figura 35 apresenta essa etapa.

Figura 35 – Detalhamento do Objetivo 3, Processo 1, Visão do governo e da comunidade.



Fonte: A autora (2017)

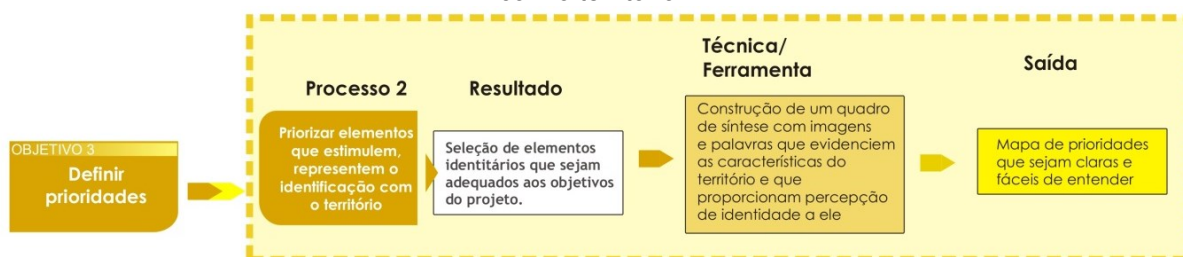
– Processo 2 – **Avaliação dos elementos encontrados e identificados.**

Para essa avaliação, é imprescindível que os elementos identitários sejam adequados aos objetivos do projeto. Essa condição faz com que a população, que tem contato com os objetivos, frequentemente os incorpore e os considerem importantes para o seu espaço de vivência.

- Resultado. O resultado esperado é a seleção dos elementos identitários que sejam adequados aos objetivos esperados com o projeto;
- Técnicas/ferramenta. Para que haja a resposta esperada à definição da(s) prioridade(s), elabora-se um quadro de síntese, que combine os elementos primordiais e secundários. Esses compõem a construção da síntese das imagens e palavras extraídas na pesquisa e que evidenciem as características do território;
- Resultado – a seleção de elementos que traduzem a identidade e que sejam adequados ao(s) objetivo(s) do projeto;
- Técnica/ferramenta – Construção de um quadro de síntese com imagens e palavras que evidenciem as características do território e que proporcionem percepção de identidade a ele;
- Saída – Mapa de prioridades, onde estas sejam claras e fáceis de entender.

A Figura 36 apresenta a priorização dos elementos identificadores.

Figura 36 – Objetivo 3, Processo 2, Priorizar elementos que estimulem, representem a identificação com o território.



Fonte: A autora (2017).

– Processo 3 – **Avaliação dos resultados**. Tem por objetivo avaliar os resultados obtidos com as investigações anteriores e verificar se algum dos pontos da pesquisa ficou incompleto ou deficitário (em relação aos itens analisados). Para tanto foram relacionados os itens a seguir:

- Resultado (esperado) – dois resultados a serem avaliados neste item:
  - Avaliar se as prioridades colhidas, listadas e apontadas são condizentes com os desejos e necessidades dos moradores e atores;
  - Verificar e analisar se os itens de maior incidência apontados como identitários, tem relação com as prioridades elencadas, e qual real relação entre elas.
- Técnica/ferramenta – Quando são avaliados os itens identitários, procura-se elaborar uma tabela onde constam os elementos identitários priorizados e as ações prioritárias a serem demandadas;
- Para as análises do primeiro item dos resultados foram relacionadas às técnicas de gráfico radar, *checklist*, identificação de padrões e PrEmo (DESMET, 2002). As técnicas e ferramentas citadas podem ser aplicadas conjuntamente, sequencialmente ou isoladamente, dependendo do que se pretende avaliar;
- Saída – este item único tem como finalidade o entendimento e concordância sobre as prioridades, por parte dos atores (sociedade e demandantes).

A Figura 37 apresenta a avaliação dessa etapa.

Figura 37 – Objetivo 3, Processo 3, Avaliação dos resultados.



Fonte: A autora (2017)

#### 5.7.4 Compor estratégias

A última fase do projeto estratégico é composta de etapas que sintetizam as informações colhidas durante as etapas anteriores para, a partir delas, construir estratégias que orientam a fase seguinte de projeção (fase projetual).

A estrutura utilizada para compor as estratégias de atuação junto aos parceiros e colaboradores foi particionado em quatro subetapas, apresentadas na Figura 38.



Figura 38 – Detalhamento do Objetivo 4



– Processo 1 – **Elaboração de Diretrizes** – ao final dessa etapa, elaboram-se as soluções de planejamento de ações, visando ao direcionamento e a orientação, de tal forma que seja possível compor as estratégias para a solução do problema a ser solucionado. Visa esclarecer e declarar como se deve proceder para que a missão e a visão sejam alcançadas, com os objetivos e políticas identificadas para análise da situação atual.

- **Resultado** - Desenvolver estratégias para cada objetivo definido na etapa (soluções de planejamento e compreensão do conjunto de técnicas e ferramentas que compõem o problema).
- **Técnica/ferramenta** – análise dos objetivos iniciais, visão, missão, mapa de prioridades, valores e cenários de design. Essas ferramentas têm a competência de estabelecer uma percepção clara dos fatores a serem analisados.
- **Saída** - Apresentar aos *stakeholders* (para consulta/atualizações) a versão preliminar. Identificar etapas subsequentes e futuras possibilidades de projetos.



A Figura 39 apresenta a elaboração das diretrizes.

Figura 39 – Detalhamento do Objetivo 4, Processo 1, Elaboração de diretrizes



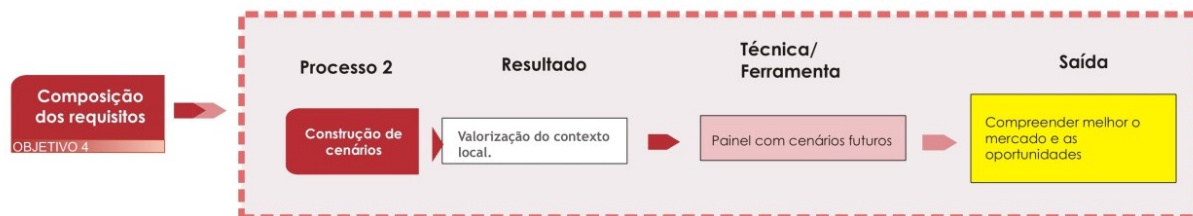
Fonte: A autora (2017).

– Processo 2 - **Construção de cenários** (futuros) – A preconcepção de ações futuras permite antever necessidades. Adequar os sistemas atuais para que esses possam suprir necessidades futuras e criar condições para viver com melhores condições.

- Para que haja a real possibilidade desse resultado, é imprescindível que haja a valorização do contexto local, respeitando os seus costumes dos que vivem naquele lugar e, se necessário, melhorar as condições de vida;
- Técnica/ferramenta – elaboração de um painel com cenários futuros, possibilitando visualizar possíveis condições de vida;
- Saída – compreender melhor o mercado e possíveis oportunidades que permitam antever condições futuras.

A Figura 40 apresenta a construção de cenários.

Figura 40 – Detalhamento do Objetivo 4, Processo 2, Construção de cenários



Fonte: A autora (2017)

– Processo 3 - **Visualizar novas oportunidades** – a partir das construções de painéis futuros, é possível antever oportunidades. Essa utilização possibilita aplicá-las em novos cenários.

- Resultado - Utilização do capital intangível da comunidade de design (design, marcas e patentes).

- Promover uma estratégia local com as particularidades e necessidades dos indivíduos do lugar.
- Analisar estratégias para orientar o comportamento humano a um objetivo previsto.
- Técnica/ferramenta – utilização de ferramentas de design, com o objetivo de antever situações futuras, com base na experiência atual. Esse processo é realizado por meio de tabelas, quadros ou painel imagético, onde se compara as informações coletivas atuais e se procura antecipar cenários. Uma das ferramentas do design é o gráfico de polaridades, descrito por Hindrichson e Fransato (2014) como “entrada de dados contextuais e não contextuais, a reorganização dos dados por grau de semelhança (conceito- -síntese) e a elaboração de campos semânticos por oposição”.
- Saída – Essa forma de antever cenários permite antever oportunidades futuras e perspectivas de demandas futuras, identificar padrões de uso, consumo, estilo de vida (entre outros), o que permite extrair *Insights*, os quais podem permitir visualizar novas oportunidades.

A Figura 41 apresenta essa etapa.

Figura 41 – Detalhamento do Objetivo 4, Processo 3, Visualizar oportunidades



Fonte: A autora (2017).

- Processo 4 - **Sugerir métodos, técnicas e ferramentas** – Processo atrelado à continuidade do processo criativo onde se busca solucionar necessidades e demandas futuras, mas previsíveis e então projetáveis.
- Resultado – o resultado é previsto em como possibilidade de:
  - Propiciar o estabelecimento das visões de projeto comuns e compartilhados pelos indivíduos pertencentes à comunidade.

- Facilitar a comunicação entre os indivíduos da comunidade e a administração local.
- Influenciar de forma positiva o comportamento humano.
- Técnica/ ferramenta – parte-se de técnicas de geração de cenários futuros e mapas estratégicos. Para facilitar a comunicação entre pessoas de diversos níveis e funções utilizam-se plataformas de comunicação (App, blog, email, reclame aqui, entre outras). Com essas informações, elabora-se um modelo de comportamento (FBM - FOGG BEHAVIOR MODEL).
- Saída – como resultado dessas etapas, é possível elaborar um mapa estratégico e de futuras possibilidades.

A Figura 42 apresenta o detalhamento dessa etapa.

Figura 42 – Detalhamento do Objetivo 4, Processo 4, Sugerir ferramentas



Fonte: A autora (2017)

- Processo 5 – **Avaliar resultados** – esta fase finaliza o projeto de design, em que são investigadas, testadas e avaliadas todas as etapas e as decisões de design.
- Resultado – avaliar, criticamente, as etapas anteriores para verificar se atendem aos objetivos iniciais, quanto à probabilidade de aumentar a identificação com o lugar;
- Técnica/ferramenta – para verificar os processos é realizada uma análise crítica do processo e dos resultados obtidos. Para tanto, é composto um debate entre os atores e representantes dos moradores;
- Saída – Objetiva-se avaliar o entendimento entre os envolvidos, sobre os objetivos que o projeto irá atender, para que a partir dessa compreensão, delimite-se o projeto de design a ser realizado na sequência;

A Figura 43 apresenta como se conclui a análise, avaliando os resultados.

Figura 43 – Detalhamento do Objetivo 4, Processo 5, Avaliação dos resultados



Fonte: A autora (2017)

Ao final desta etapa, inicia-se a fase de projeto, propriamente dito. Ela não faz parte do Modelo UrbeID, que se detém no planejamento estratégico do projeto de design e na avaliação do aumento de percepção de pertencimento ao lugar onde o projeto foi realizado. A sequência do projeto, segundo literatura do design como em Löbach (2000), Bonsiepe, Kellner e Poessnecker (1984), Munari (1983) entre outros autores, preveem no mínimo três estágios de projeto: Exploração da oportunidade, execução do projeto e comunicação. O Modelo UrbeID parte do princípio que as metodologias do design podem ser variadas quando da execução do projeto, desde que seguidas as orientações estratégicas compostas.

## 6 TESTES COM O ARTEFATO

O sucesso de um modelo depende da apropriação que os profissionais fazem dele e dos resultados que o produto obtido alcança. Assim, após a definição da estrutura do modelo, com suas etapas e processos, considerou-se a sua aplicação em situações de projeto, como testes, seguindo a metodologia do Design Science Research (LACERDA et al., 2013).

Nessa metodologia de pesquisa, após a elaboração dos construtos e estruturação do modelo, segue-se uma etapa em que a avaliação da proposição acontece. Nela, são estabelecidas medidas de desempenho que são avaliadas em situações exemplares.

Nesta pesquisa, foi utilizado o método Analítico Dinâmico combinado com o método de avaliação Teste Funcional. A avaliação Analítica Dinâmica estuda “o artefato durante o uso para avaliar suas qualidades dinâmicas” (LACERDA et al, 2013, p. 756). Já o Teste Funcional busca “executar as interfaces dos artefatos para descrever possíveis falhas e identificar defeitos” (ibid). O teste tem como objetivo avaliar como os profissionais que desenvolvem produtos para a cidade vão reagir a um novo modelo no “mundo real”, em condições normais de projeto.

Neste capítulo, apresentam-se os resultados do Teste Funcional, realizados em três momentos.

Os testes tinham como objetivo avaliar como o modelo UrbeID atuaria como facilitador do processo de design, incorporando-o à atividade projetual, propiciando a inclusão de elementos que favorecessem a noção de pertencimento. Para isso, a aplicação foi realizada sob a supervisão da autora desta tese e contou como modo de acompanhamento a avaliação das fases com base nos objetivos previstos pelo modelo. Essa avaliação foi registrada com o auxílio dos acadêmicos do curso de Design da UnC.

Para a execução desta fase da pesquisa, foram realizadas três investigações do tipo por conveniência: uma na cidade de São Bento do Sul e duas outras realizadas em Rio Negrinho, cidades localizadas no nordeste de Santa Catarina. Os testes foram realizados em dois anos subsequentes.

A execução desses testes contou com o apoio das Prefeituras Municipais, do Consórcio Intermunicipal do Quiriri, da Universidade do Contestado (Campus Rio Negrinho), seus alunos e pesquisadores do curso de Design.

## 6.1 TESTE 1- PROJETO PARA A CIDADE DE RIO NEGRINHO – SC

A primeira aplicação do modelo UrbeID ocorreu em 2015, na cidade de Rio Negrinho, SC. Nela os alunos do curso de Design, estudantes do 7º semestre da Universidade do Contestado - UnC, tinham por objetivo desenvolver produtos que fossem construídos com a matéria prima metal, servindo esse como um dos requisitos do projeto.

O teste foi realizado no primeiro semestre, entre os meses de fevereiro e julho, junto a uma turma composta por 17 alunos. Ele foi conduzido pela autora da pesquisa, sendo atividade única do semestre da disciplina.

A atividade projetual iniciou com a aplicação do UrbeID como fase preliminar de design. Nela foram aplicadas todas as etapas previstas, com as participações da prefeitura e população, cumprindo cada um as suas atribuições para a execução do projeto, segundo o modelo processual proposto.

O enfoque considerou que o problema fosse apontado pela população. Dessa forma solucionaria demandas existentes, mas nem sempre identificadas pela administração pública.

### 6.2.1 Preparação para o Teste 1

Inicialmente foram estabelecidas as habilidades projetuais necessárias para a execução do modelo proposto, como metodologias projetuais. A partir das habilidades para execução de um projeto de design, já compreendidas, apreendidas e executadas anteriormente, foi apresentado e explicado o funcionamento do modelo UrbeID aos acadêmicos. A partir desse conhecimento prévio, iniciou-se a utilização do mesmo, executando o modelo proposto a fim de verificar a execução e a estruturação metodológica.

### 6.2.2 Aplicação das subetapas do modelo

Para a solução da questão, esse projeto incluiu não só a informação do lugar, como tentou resolver as questões apontadas durante a realização do projeto. Assim, foram realizadas as etapas, com suas subetapas como se expõe a seguir:

### 6.2.2.1 Formação da competência estratégica

Essa etapa constou do estabelecimento de como o projeto se desenvolveria.

– Processo 1 **Definir da competência a ser formada**. Nessa etapa foi inicialmente definida a competência a ser formada, como o comprometimento dos participantes para a definição dos procedimentos e meios que permitiram a elaboração de um projeto. Foram realizados os contatos entre a Prefeitura de Rio Negrinho e UnC, a fim de propor a execução de projeto de design, para utilização em área pública, na cidade de Rio Negrinho. Foram também realizados os contatos iniciais com o setor de obras da prefeitura, com a participação da diretora da UnC, Marilene Stroka. Dele resultou uma reunião para a discussão dos objetivos e interesses do projeto e concordância da participação do poder público municipal. O papel dos participantes foi indicar o procedimento engenheiros e arquitetos do Departamento de Obras – indicar os procedimentos usuais em um projeto realizado pela prefeitura. A realização da mesma foi apoiada pela administração municipal e técnicos do setor de planejamento urbano. Para a realização da atividade projetual foram realizados acordos informais entre os executantes e o setor público;

- Resultado – Como resultado desse processo, estabeleceu-se um *briefing* preliminar, onde foram definidas as metas e as limitações do projeto. Para isso, foram identificados os principais atores externos: Secretário de Obras, Chefe do departamento, e arquitetas pertencentes ao quadro do município. Eles foram contatados pela autora do projeto e em reunião asseguraram a colaboração. Além disso, os estudantes de design foram apresentados ao problema e a contribuição definida pela atribuição de créditos na disciplina. O suporte político foi garantido, pois havia o apoio da municipalidade. O cenário futuro estabelecido considerava um acordo de natureza participativa. Porém, não se delineou o comprometimento para a execução física dos projetos, resultantes da atividade prática, sendo a atividade caracterizada como um exercício acadêmico. De acordo com a municipalidade, a realização física dos resultados dos projetos resultantes seria facultativa e não implicaria em direitos autorais aos acadêmicos realizadores dos mesmos. Compreendendo a natureza

participativa, mas não financeira. A missão, visão e estrutura preliminar, apresentaram-se da seguinte forma:

- a) Missão: Cumprir as metas da disciplina de design de produto IV, projetando um recipiente para descarte de resíduos, produzindo soluções com design;
  - b) Visão: Proporcionar conforto e segurança através do design de abrigo de ponto de embarque e desembarque de transporte coletivo, garantindo a sustentabilidade e valorizando a identidade local;
  - c) Valores: Satisfação do cidadão, respeito à sustentabilidade, valorização e respeito às pessoas, mobilidade inclusiva e acessível, comunicar os valores locais, transmitir ordem e bem-estar;
- Técnicas/Ferramentas – Para a etapa foram usadas técnicas de SWOT, gráficos e matrizes de cenários e relatório do quadro preliminar de estratégias. A matriz de cenários foi elaborada com base na aplicação do relatório *“Design driven actions for the valorization of territorial resources. The challenge of evaluating and measuring the results”* (CELASCHI; KRUCKEN, 2010), apresentado anteriormente. A partir deste, foram elencados os temas: contexto e ambiente, cultura material, indivíduo e sociedade versus forma, cor, matéria, ritmo e história. Com eles, buscou-se identificar os itens que mais caracterizavam a identificação do lugar, pela visão dos acadêmicos. Desses cruzamentos foi possível focar as dimensões do desenvolvimento territorial de uma perspectiva de design. Com a finalidade de identificar os pontos positivos e negativos da equipe que conduziria o projeto foi construída a matriz SWOT. Essa foi elaborada em sala de aula, juntamente com os alunos que aplicariam a pesquisa, com a finalidade de deixar claro quais seriam as forças e ameaças, para que as ameaças fossem trabalhadas em conjunto para a minimização delas.
  - Assim, definiu-se que o projeto constaria do desenvolvimento de produtos que solucionassem problemas em áreas públicas (praça, rua, parque, entre outros) na cidade de Rio Negrinho (SC), que pudessem ser identificados pela população e solucionados pelo governo municipal;
  - Esse primeiro teste voltou-se para o desenvolvimento de novos abrigos para a espera do transporte coletivo, tendo em vista que a cidade possui



um número reduzido deles e a maioria não possui proteção adequada para as intempéries do tempo. O projeto de design (fase posterior ao modelo proposto nesta tese) usou como base a metodologia de design de Munari (1983);

- As pesquisas iniciais apontaram as dificuldades percebidas pelos usuários, suas necessidades de locomoção e como esta poderia ser resolvida pela companhia de transporte público. Para esse projeto, foram identificadas as necessidades básicas apontadas no texto a seguir.

[...] {foram realizados} levantamentos informacionais acerca do município, onde tiveram o auxílio de profissionais de urbanismo da Prefeitura Municipal de Rio Negrinho, como também da empresa responsável pelo atendimento do serviço de transporte. Dessa forma foi possível conhecer a realidade da cidade, a quantia de rotas e a existência dos poucos abrigos, como a situação de abandono e inadequação dos mesmos. Diante disso ocorreu uma pesquisa de satisfação com consumidores/usuários do transporte público, conhecendo as dificuldades e ouvindo as sugestões cabíveis a serem aplicadas no projeto. Munidos de informações, a geração de alternativas propiciou dois conceitos para o abrigo: um abrigo completo, com banco e totem informativo, direcionado para as áreas com estrutura maior. E outro, o abrigo compacto, com barra de encosto e totem rotacionado, para locais onde não há espaço suficiente. Os dois projetos respeitam a NBR 9050, da ABNT, com espaço dedicado aos cadeirantes, como também a altura do abrigo e o piso tátil. (MÜLLER; KEIL; SCHLEMMER, 2015)

- Saídas - O relatório do quadro preliminar das estratégias consistiu na determinação das atribuições básicas do projeto de design de abrigos urbanos para transporte coletivo urbano, sob o ponto de vista dos usuários e da equipe técnica da prefeitura;

Como força positiva resultantes da análise SWOT foram apontados os seguintes itens: 1) estrutura física e pessoal (disposição dos acadêmicos em realizar a pesquisa e proximidade física e proximidade com a prefeitura e com diversos bairros, locais de moradia dos acadêmicos); 2) notoriedade, papel da Universidade do Contestado e de seus acadêmicos junto a ações municipais promovidas pela prefeitura; 3) Conhecimento (habitação de muitos acadêmicos do curso de design, comprometimento com o ensino e o lugar onde vivem, ensino da disciplina e visualização por parte dos acadêmicos em promover ações que beneficiam o lugar onde vivem e/ou estudam, conhecimento do lugar onde vivem e estudam, criatividade em soluções inovadoras);

Como fraquezas foi apontada por parte dos acadêmicos a pouca disponibilidade de tempo para a realização das pesquisas de campo, visto que a maioria deles exerce atividades trabalhistas durante o período matutino e vespertino;

Como ameaças foram apontadas a pouca disponibilidade financeira das prefeituras e falta de hábito do pessoal interno na prefeitura em realizar pesquisas sobre o interesse da população em projetos municipais. Esse item aponta uma oportunidade para a realização de um item de grande uso dos munícipes, mas poucas vezes as suas considerações e percepções são consideradas;

Além disso, a partir do estudo realizado, ficaram definidos os objetivos e estratégias das ações pretendidas, compreendidas e acordadas entre todos os atores idealizadores deste projeto.

–Processo 2: **Identificar os atores envolvidos**. Esta etapa consistiu na investigação das pessoas que atuam (administrativamente) na área de interesse, compreendida pela administração municipal. Esta foi realizada pela professora da disciplina e pesquisadora, assim como o corpo administrativo da UnC, junto ao governo municipal.

- Criação de um ambiente de suporte: Essa atividade foi composta pelo acordo e estabelecimento do apoio político, não oficial, de comprometimento entre o curso de Design da UnC e a Prefeitura Municipal de Rio Negrinho, com a finalidade de criar suporte às atividades projetuais realizadas a partir da referida data;
- Técnica / ferramenta: reuniões com os envolvidos;
- Saída: O acordo foi realizado em reunião na prefeitura municipal, em março de 2015, e nessa reunião estavam presentes o Secretário Municipal Obras, a arquitetos da Secretaria Municipal De Obras, Diretora de Pesquisa e Extensão da UnC e a professora e pesquisadora que aqui relata essa tese. Nela foi feita a aprovação do projeto por parte da Prefeitura Municipal, o que permitiu a continuação deste no referido ano e no município escolhido pela pesquisadora;

– Processo 3: **Estabelecer o grupo de apoio estratégico** (pessoas que atuam, que tem interesse na área – moradores, líderes comunitários).

- Resultado: A atividade teve como objetivo obter o apoio das lideranças e interessados, ao projeto a ser executado;
- Técnica/ ferramenta: Matriz de competência e workshops;
- Saída: Essa etapa compreendeu o primeiro contato entre os acadêmicos e o público que utiliza o transporte público. A interação teve como objetivo identificar as características da utilização do transporte público e o funcionamento da estrutura física do transporte, assim como identificar os grupos de líderes comunitários (grupos apoio ao bairro) quando existentes. Entretanto, não foi realizado o workshop inicialmente previsto. No seu lugar, houve uma palestra realizada por uma das arquitetas da Secretaria Municipal de Obras, a respeito da situação do transporte público municipal;

A sistematização dos dados consistiu em uma apresentação com informações sobre a legislação de equipamentos urbanos, pontos de abrigo de passageiros de transporte urbano no Brasil.

– Processo 4 - **Identificar e definir o sistema de relacionamento**. Nesse processo, ocorreu o mapeamento das competências, tanto dos acadêmicos (definição dos líderes das equipes), quanto dos participantes (pessoal técnico da prefeitura, e líderes comunitários) com o objetivo de compreender a organização e realização da pesquisa.

- Mapeamento das competências e definição do modo de agir;
- Linguagem a ser utilizada entre os membros do grupo;
- Sistema organizacional a ser adotado;
- Técnica/ ferramenta: A matriz de interações de CRUD;
- Saída: No mapeamento das competências, cada equipe de acadêmicos definiu um líder para o projeto. A prefeitura indicou uma pessoa responsável (arquiteta) pelos contatos e esclarecimentos de dúvidas. Para a execução dessa etapa, a arquiteta da prefeitura apresentou o nome dos líderes de comunidade, quando existentes, por meio de uma listagem. Nela constavam os nomes, endereços e telefone para contato.

Entretanto, percebeu-se que nem todos os bairros possuíam um líder comunitário;

O território definido foi o município como um todo;

A linguagem a ser utilizada ao longo da pesquisa era coloquial, de fácil entendimento pela população;

O sistema organizacional foi determinado pelas próprias equipes de projeto, quanto aos membros e horários para elaborar as investigações, obedecendo às datas de entrega acordadas anteriormente;

De posse dessas informações, as equipes realizaram um diagrama das informações, um organograma, lista de contatos dos bairros selecionados, com localização factível aos acadêmicos (proximidade ao local de moradia, ou até mesmo nele), uma vez que o curso é noturno e a maioria dos acadêmicos exerce atividade profissional durante o dia.

–Processo 5: **Analisar preliminar** – Com a reunião entre os executores do projeto, a fim de definir quais as situações e oportunidades encontradas, quais participações confirmadas, quais potencialidades e deficiências verificadas.

- Descrição do atual mercado: Foi realizada reunião entre os executores do projeto a fim de definir quais as situações e oportunidades encontradas, quais participações confirmadas, quais potencialidades e deficiências verificadas. Nessa fase, foi realizada uma apresentação da engenheira MSc. Elaine C. S. Butron, sobre a “A cidade e os pontos de ônibus, análise sob o ponto de vista urbanístico”. Nessa apresentação foram relatados os problemas, as restrições e a situação encontrada na época dessa investigação, cujo objetivo foi visualizar o problema visto pela administração municipal;
- Identificação de recursos (de pessoal, de infraestrutura) disponíveis na prefeitura para a realização das atividades no município;
- Identificação de pontos críticos: A partir das informações coletadas foi elaborada uma avaliação preliminar do problema a ser resolvido, as parcerias e apoiadores do projeto a ser realizado;

- Tomada de decisões pelos profissionais da prefeitura, explicação de como são tomadas as decisões e como são realizadas as obras públicas;
- Saída: Essa pesquisa teve o objetivo de identificar o principal problema percebido nessas áreas, com a finalidade de elaborar um mapa do sistema de design. Buscou também verificar se já havia em curso alguma ação da administração municipal para a resolução do problema apontado, o que não foi constatado.

- Processo 6: – **Avaliação dos resultados.** Etapa que resume as anteriores. Após a explanação de cada equipe da situação encontrada nos bairros onde foi realizada a pesquisa, foi elaborado o resumo dos resultados. A etapa, realizada e discutida em sala de aula, por meio de apontamentos recolhidos ao longo das entrevistas realizadas (líderes comunitários, arquiteta) e depois apresentados pelos líderes das equipes participantes do projeto. Após o debate em sala de aula da situação encontrada nos bairros, foi elaborado um quadro de estratégias preliminares. Onde foi delimitada a situação do usuário do sistema (*System Map*). Foi utilizado como material de apoio a partir do resultado apontado nas pesquisas e foi elaborada uma listagem de pessoas que poderiam auxiliar no decorrer da investigação;
- Saída: Os resultados apontaram as estratégias a serem abordados na pesquisa, os atores interessados em colaborar em cada um dos bairros e os problemas preliminarmente encontrados nos pontos de embarque e desembarque do transporte urbano;

#### 6.2.2.2 Etapa 2 - Identificação do território alvo

Essa fase consistiu na coleta de dados junto aos especialistas para identificar e confirmar as características sócio demográficas, culturais, ambientais e econômicas. Num segundo momento foi aplicada uma entrevista a moradores, vizinhos, visitantes e atores (pessoas que aplicaram a entrevista, com a condição de conhecer o minimamente o lugar).

- Processo 1 – **Mapear o território** – Visava identificar o território em que a atividade de design iria se desenvolver.

- Caracterização sócio demográfica – município situado ao nordeste de Santa Catarina. Rio Negrinho foi parte do município de São Bento do Sul até o ano de 1953, colonizadas principalmente por alemães e poloneses, vindos ao Brasil por questões de incentivos do local de origem e tendo a sua disposição uma porção de terra, alguns equipamentos agrícolas e quase nenhuma instrução formal (ZIPPERER, 1951). Esse perfil fez com que os habitantes destes lugares, possuísem muitas semelhanças de comportamento, tradição e nível de vida (ainda hoje), mesmo passados mais de 100 anos. A intenção de se realizar a pesquisa na cidade de Rio Negrinho deu-se pela possibilidade de se obter subsídios para uma caracterização da população, cuja origem descende frequentemente dos povos de origem. A cultura desenvolvida nessa região possui uma dominância do sentimento de cultura dos antepassados, mesmo que essa já não exista mais na Europa. A mudança para um novo território, em alguns casos foi necessária por questões econômicas, pois os imigrantes eram arrendatários de terras. A imigração para o Brasil foi proporcionada pela monarquia e primeira república, com a finalidade de povoar as terras do sul. O que parecia ser uma solução aos imigrantes desprovidos de terras no país de origem, ao desembarcar em terras brasileiras, tornou-se uma decepção. Perceberam que essas terras eram inóspitas e desprovidas de recursos por eles conhecidos. No entanto mesmo que assim o desejassem, não dispunham de recursos financeiros para o retorno ao país de origem. Por outro lado, o intenso desejo de que tudo desse certo levou esses imigrantes e seus descendentes a um desenvolvimento singular e de características próprias de uma região do sul do Brasil (FICKER, 1973);
- Foram considerados também, como caracterização ambiental, os dados colhidos anteriormente junto à população, os quais apontaram uma grande valorização dos aspectos da cidade de Rio Negrinho, como a natureza, a calma do lugar, a tradição de descanso. Uma cidade para descansar (segundo visitantes). No entanto, os dados negativos estavam mais ligados à falta de opções de diversão e turismo (visitantes) e vandalismo (moradores);

- Caracterização econômica - Rio Negrinho firmou o seu desenvolvimento em torno do ramo moveleiro e madeireiro. Além desse ramo, possui empresas que atuam em outros setores: agricultura, agropecuária, criação de animais, extração mineral, além de grandes reflorestamentos com árvores de pinus e eucalipto;
- Saída: Os pontos de paradas de ônibus foram visitados, quando encontrados usuários esses foram questionados a fim de conhecer as demandas de cada área e de cada ponto de parada. De cada ponto, foram realizados registros fotográficos para ilustração de problemas e possíveis soluções. Nessa fase de projeto, o objetivo foi identificar quais eram as necessidades percebidas e desejadas por uma porcentagem dos usuários. Durante a fase de projeto foram levantadas as necessidades e desejos dos usuários de transporte público de Rio Negrinho;
- Identificação dos problemas relatados pelos usuários e percebidos pela equipe de projeto de design. Dessa investigação inicial obtiveram-se os dados referentes aos interesses gerais dos investigados sobre a cultura (proveniência dos habitantes – imigrantes e seus descendentes), atividades (locais e turísticas), locais (identificatórios para turistas e moradores). A realização do mapeamento descrito, nessa tese, foi realizada pela pesquisa bibliográfica no site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE<sup>19</sup>, para a busca de dados relativos ao município de Rio Negrinho, SC. Para busca de dados ambientais foram pesquisados os artigos publicados e pelo Consórcio Intermunicipal Quiriri<sup>20</sup>;
- Ele foi aplicado a 62 pessoas (morador, vizinho e visitante) voluntárias sendo divididas igualmente entre essas categorias. As apresentações ocorreram em sala de aula, onde cada equipe pode descrever a situação encontrada (Figura 43).

---

<sup>19</sup><https://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=421500&search=||infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>

<sup>20</sup> [http://quiriri.com.br/producao\\_cientifica](http://quiriri.com.br/producao_cientifica)

Figura 44 – Pontos de ônibus levantados na pesquisa.

**Pesquisa** realizada com o intuito de observar e analisar os pontos de paradas e trajetos realizados pelo transporte público. Podendo assim, gerar novas alternativas e possibilidades de melhorias no deslocamento dos moradores, facilitando seu acesso aos pontos de ônibus e respeitando as normas de padronização para mobiliários urbanos (ABNT NBR 9050 e ABNT 9284).

#### Situação Atual

Pontos de ônibus – Bairro São Pedro / Terminal Rodoviário;

- 22 Pontos ao total
- 9 pontos com abrigos e 13 sem abrigos.



Fonte: Projeto de abrigo de mobiliário urbano, abrigo para ponto de ônibus de Rio Negrinho, realizado pelos alunos de design da Universidade do Contestado (2015).

Essa fase permitiu identificar dados do território, dados ambientais e de sustentabilidade (ambiental e social), e listar os conceitos apontados pelos moradores, vizinhos, visitantes do município a respeito da identificação do município.

–Processo 2 - **Avaliação dos resultados.** Resumo da atividade de identificação do território.

- Resultados: Nessa fase cada uma das equipes apresentou o quadro de avaliação dos resultados, caracterizadas como verdadeira imagem que as pessoas tem do lugar. O resultado do processo constou com a verificação dos resultados colhidos por cada uma das equipes sobre as características do território e sobre as percepções sobre esse lugar;
- A técnica utilizada foi o preenchimento de questionário;



- *Checklist*: Para a composição desses resultados foi realizado um *checklist* para verificar se todas as equipes haviam realizado as pesquisas da mesma forma, o que foi confirmado. Depois foram analisadas em sala de aula, com todas as equipes as respostas coletadas, com o objetivo de verificar congruências e divergências que possibilitassem verificar se em algum bairro os resultados coletados se assemelhavam com outro, se algum item era igualmente contemplado ou/e se algum item era descartado. Essa análise permitiu traçar um mapa de síntese e de valores;
- Saída: como resultado das análises, foi elaborado um mapa de síntese e de valores (materiais e imateriais) identificados e listados como componentes dos objetivos de projeto de design que será realizado posteriormente.

#### 6.2.2.3 Etapa 3 - Definir prioridades

Visa apontar os valores, necessidades e carências do território.

– Processo 1: Visão do governo e da comunidade

- Visão do governo: Foram pesquisadas as percepções do governo do município para confrontar com os desejos dos habitantes e verificar se havia consonância entre eles;
- Visão da comunidade: Buscou-se identificar qual era o interesse de cada um dos participantes na região pesquisada (morador, vizinho ou visitante). Qual era a sua visão do lugar e quais impressões sentimentais que esse lugar transmitia e se esse estava em concordância com os resultados de pesquisas anteriores sobre apego a um lugar;
- Unidade de satisfação: os itens que mais agradavam aos entrevistados foi a presença de verde (90%), facilidade de deslocamento (80%), presença de rio (78%), um lugar tranquilo (65%);
- Saída: Para o estabelecimento da visão da comunidade utilizaram-se os dados de um questionário, previamente realizado, com pessoas que utilizam os pontos de parada de ônibus com o objetivo de identificar as necessidades e benesses apontadas. Este questionário foi direcionado a três possíveis usuários: o morador, o visitante ou o vizinho. O objetivo

dessa ação era identificar qual o item que causa maior desconforto, assim como aquele traz maior satisfação aos usuários daquele espaço;

A investigação no setor de obras da prefeitura municipal resultou na identificação das prioridades municipais quanto às áreas públicas e visão sobre determinados bairros e regiões centrais. Quanto às medidas municipais previstas, essas não foram listadas, com o objetivo de não exercer influência na pesquisa a ser realizada pelos estudantes;

- Técnica/ferramenta: para esse objetivo foi considerado um questionário a 62 pessoas, realizado em 2015. Esse questionário baseou-se na pesquisa executada por Wielewiski (2010), cujo interesse era buscar as ligações que as pessoas sentiam a um lugar. Para a realização dessa pesquisa foi adotada como estratégia de abordagem a aplicação de um questionário (Anexo 2) com perguntas que indicassem inadequações em áreas urbanas de uso coletivo e, se solucionadas, atenderiam um grande número da população;
- Quanto ao governo do município foi realizada uma investigação no setor de obras, para verificar os interesses e prioridades apontadas pelo governo. Essa investigação ocorreu em formato de entrevista, que aconteceu em uma reunião com arquitetas e com o diretor de obras.

– Processo 2: **Avaliação dos dados encontrados e identificados** - Para a realização dessa etapa foram considerados os dados coletados junto aos moradores, vizinhos e visitantes do município.

- Resultado: Como resultado da pesquisa ficou evidente que as pessoas pesquisadas tinham clara percepção sobre as deficiências e vantagens (comodidades) dos lugares pesquisados, apontando possíveis melhorias. Isso denotou o envolvimento dessas no lugar pesquisado, assim como o interesse em soluções para os problemas por eles listados. Com a realização dessas abordagens iniciais, ficou evidente a preocupação dos entrevistados, especialmente os moradores da região, em soluções para o local público onde vivem e circulam diariamente;
- Técnica/ferramenta: Quadro de síntese;

- Saída: Os dados coletados em 2015 apontaram uma grande valorização dos aspectos pacatos e naturais da cidade de Rio Negrinho, como a natureza, a calma do lugar, a tradição de descanso. Uma cidade para descansar (segundo visitantes). No entanto os dados negativos estavam mais ligados à falta de opções de diversão e turismo (visitantes) e vandalismo (moradores). Com esse resultado pode-se identificar quais as razões que as pessoas se sentiam ligadas a um lugar, quais eram as suas impressões emocionais sobre esse e porque lá permaneciam.

–Processo 3: Avaliação dos resultados.

- Resultado: A avaliação ocorreu sob o ponto de vista de dois resultados esperados. Análise e avaliação das prioridades selecionadas (pontos de paradas de ônibus urbano) e se essas correspondiam às expectativas dos usuários. Verificar se os itens apontados (pelos usuários) como prioritários estavam sendo contemplados nos pontos de paradas de ônibus existentes. No item de avaliação das prioridades selecionadas, os usuários do transporte público urbano, afirmaram que as condições encontradas na maioria das vezes, era deficitária. Poucos pontos de paradas têm a cobertura da estrutura física, o que é considerado, por eles, como um item essencial (região com alta incidência pluviométrica anual). No item que avaliou a incidência de itens apontados como identitários nesses locais, a avaliação que as construções nos pontos de paradas de ônibus urbano existentes, não eram completamente inadequadas, entretanto havia a necessidade de revisão dos acessos (deveriam ser pavimentados), das instalações (bancos quebrados, telhados danificados, paredes pixadas, paredes danificadas) assim como a falta de iluminação nesses locais;
- Técnica/ferramenta: Foram utilizadas diversas técnicas para obtenção mais apurada dos resultados, pois esses direcionaram e justificaram os projetos de design. Para essa avaliação foi utilizado o gráfico radar para identificação dos itens mais frequentemente apontados nas entrevistas, como existência do ponto com cobertura no ponto de parada de ônibus urbano, conservação do mesmo (estrutura, lixeiros, bancos) e adequação ao acesso de usuários (cadeirantes ou não), pois algumas paradas não

se situavam em espaços pavimentados ou o acesso apresentava problemas como irregularidades no solo, onde havia acúmulo de água em dias chuvosos;

- Saída: a análise da avaliação realizada pelos usuários foi apresentada à administração municipal com a finalidade de justificar a solicitação da construção física dos pontos de paradas de ônibus urbano e foi utilizada na elaboração dos projetos design que foram realizados em etapa posterior a estrutura proposta pelo UrbelD.

#### 6.2.2.4 Etapa 4. Compor estratégias

Etapa que visa estabelecer diretrizes de projeto.

– Processo 1: **Elaborar de diretrizes** - Buscou-se aquelas que atendam às necessidades levantadas (em conjunto com a administração municipal).

- Resultado: elaboração de diretrizes que atentam as soluções de planejamento urbano municipal, assim como o interesse dos usuários do sistema. A obtenção desses foi realizada por meio da análise técnica da situação atual, e quais as demandas apontadas pelos usuários e pelo setor público responsável na prefeitura municipal;

Após a realização da pesquisa de campo com usuários do transporte público, foram verificadas as principais demandas relatadas pelos usuários do sistema de transporte. As considerações ocorreram em relação aos itens listados a seguir:

- Aumento na resistência dos elementos vazados para passagem de ventilação e visualização de possíveis pessoas que permanecem atrás do ponto de ônibus, possibilitando ações de vandalismo, agressão, assalto ou abordagem inesperada;
- Material de construção: o concreto foi citado como melhor opção, pois a vida útil é mais longa, em comparação com a madeira, sendo mais fácil o processo de manutenção;
- Arquitetura: poucas construções de pontos de parada de ônibus têm a arquitetura parecida com a rodoviária municipal, item apontado como relevante;

- Estética: abordar a estética para identificar a cidade e suas características; aliar estética com o custo do feito, verificar as opções digitais de sinalização com possibilidade de serem implantadas;
  - Técnica/ferramenta: a presente fase da pesquisa foi executada por meio de entrevistas com os consumidores que utilizam o serviço de transporte público urbano na cidade de Rio Negrinho. Observância da NBR 9050, que estabelece os limites dimensionais para os elementos:
    - (1) frente mínima de 80 cm, lateral 120 cm, área para manobra de cadeirante de 150 cm;
    - (2) Calçadas com largura mínima de 150 cm e altura livre mínima de 210 cm. Devem ser completamente desobstruídas e isentas de interferências;
    - (3) Altura dos assentos fixos com medidas de 38 cm a 43 cm e não devem interferir na circulação;
    - (4) Piso tátil no sentido de deslocamento, com largura entre 20 e 60 cm e ter cor diferente do piso, incluído o Símbolo Internacional de Acesso em local visível;
    - (5) Piso regular, firme, estável e antiderrapante;
  - Saída: a partir das informações coletadas, foi realizada uma discussão em sala de aula, para apontar os problemas mais relevantes aos usuários do transporte público, assim como observar os materiais a serem utilizados no projeto de design e a vida útil dos mesmos.
- Processo 2: **Construção de cenários** - Para a melhor compreensão das necessidades, contemplando o contexto local levantado, cenários foram elaborados conjuntamente entre membros das equipes de design e discussões por meio de e-mail com técnicos da prefeitura.
- Resultado: as equipes de projeto buscaram soluções em que houvesse a valorização do contexto local, respeitando os costumes e o modo de vida dos habitantes que utilizam o ônibus urbano;
  - Técnica/ferramenta: em sala de aula foram listados e classificados os problemas por meio de painéis com cenários futuros, de forma a identificar em quais deles a solução seria dada pela construção de pontos

de paradas de ônibus e quais seriam apresentados à prefeitura como problemas relatados, mas que não faziam parte deste projeto;

- Saída: os membros da equipe tiveram de modo claro quais eram os problemas reais percebidos pela população que utiliza o tipo de transporte urbano em estudo e que poderiam ser solucionados por um projeto de design.

–Processo 3: **Visualizar as oportunidades** - Este processo buscou detectar oportunidades já observadas e não contempladas em algum projeto anterior. O trabalho foi realizado em conjunto com a administração municipal.

- Resultado: listagem e apresentação dos itens avaliados para a valorização do contexto local e possíveis soluções identificadas em projetos anteriores, por utilização de outros modelos encontrados em outras cidades ou pela análise e proposições projetuais inovadoras;
- Técnica/ferramenta: Análise desenhos esquemáticos de possíveis soluções e/ou de registros fotográficos de soluções encontradas em outros lugares. Os resultados foram submetidos a um gráfico de polaridades para demarcar claramente os pontos a serem analisados, reposicionados, conduzidos para a mudança;
- Saída: obteve-se dados quanto a oportunidades e perspectivas de demandas futuras, como a utilização de wi-fi para comunicação dos passageiros e para a confirmação do horário de chegada de cada ônibus, recarregamento de carga do aparelho de telefonia móvel por contato.

–Processo 4 - **Sugerir métodos, técnicas e ferramentas** - Este processo teve como objetivo principal facilitar a comunicação e a administração entre as partes que fazem parte da pesquisa a fim de estimular o comportamento colaborativo, desejado para a solução do problema levantado, para estabelecer visões, projetos comuns e compartilhados.

- Resultado: a partir dos dados coletados foi elaborada uma apresentação de introdução ao problema encontrado, a qual foi exibida aos colegas da

sala de aula, professores das disciplinas envolvidas e aos técnicos da Prefeitura;

- **Técnica/ferramenta:** Para a realização da etapa, foram propostos cenários futuros, elaborados por meio de diversas plataformas de comunicações para avaliação dos serviços e soluções de pontos de transporte coletivo urbano, como app, blog, e-mail e reclame aqui. O modelo do FBM (Fogg Behaviour Model) foi aplicado pelas equipes como meio de identificar os itens que não correspondiam ao desejo dos consumidores, mas nem sempre eram expostos publicamente num primeiro momento, tais como pontos de paradas muito escuros, sem vigilância, com dificuldades na comunicação por telefonia ou com áreas vulneráveis, já que a parte posterior do ponto de parada de ônibus permitia a permanência de pessoas sem que as outras, no abrigo, as vissem;
- **Saída:** a partir da apresentação, foram confirmados os pontos a serem abordados na pesquisa, apontamento verbal de possíveis soluções, mas também de possíveis problemas a serem encontrados, como falta de colaboração dos entrevistados, problemas de espaço insuficiente em algumas vias públicas, entre outros.

– **Processo 5 – Avaliar os resultados** – Esse processo finalizou o anteprojeto de design, em que foram investigadas, testadas e avaliadas todas as etapas e as decisões de design.

- **Resultado:** Foi realizada, pela equipe de design, uma reunião para apontar os problemas encontrados e possíveis soluções, sob coordenação da pesquisadora;
- **Técnica/ferramenta:** Cada uma das equipes apresentou a suas descobertas e a sua avaliação sobre os problemas encontrados e que deveriam ser sanados na fase de projeto de design que se seguiriam ao modelo do UrbelD;
- **Saída:** um documento com o resultado da avaliação de cada equipe sobre os itens que foram considerados mais importantes no transporte público urbano, bem como sobre a avaliação realizada pelos participantes

(designers, população das áreas analisadas e usuária do sistema de transporte público e técnicos da Prefeitura Municipal).

Finalizada essa etapa da tese, com a aplicação do modelo UrbeID, iniciou-se a etapa projetual propriamente dita, em que as equipes tiveram a incumbência de realizar suas propostas para a solução do problema encontrado. A etapa foi realizada com a metodologia proposta por Munari (1983) para projetos de design, como a seguir.

### 6.2.3 Resultados de projeto

Como resultado da atividade projetual, foram desenvolvidas cinco propostas de abrigo para ponto de paradas de ônibus para a cidade de Rio Negrinho. Munidos das informações coletadas e apresentadas, a geração de alternativas propiciou dois conceitos para o abrigo: um abrigo completo, com banco e totem informativo, direcionado para as áreas com estrutura maior e outro, o abrigo compacto, com barra de encosto e totem rotacional, para locais onde não há espaço suficiente.

Os dois projetos respeitam a NBR 9050, da ABNT, com espaço dedicado aos cadeirantes, como também a altura do abrigo e o piso tátil. Para a estética e formato, a referência foi baseada na cultura/arquitetura locais, fortemente expressas pelas tradições alemãs e polonesas. A proposta projetual agregou os elementos arredondados e retilíneos presentes nos pontos turísticos como prefeitura, pavilhão e estação ferroviária. Os materiais utilizados foram o metal galvanizado, a madeira plástica, o policarbonato e o concreto, matérias-primas atuais, resistentes e duráveis, principalmente se, futuramente, ocorrerem novas enchentes (o município de Rio Negrinho é banhado pelo rio Negrinho e sofre frequentes enchentes, especialmente no centro da cidade). Além disso, as cores utilizadas foram o padrão amadeirado, fazendo menção às indústrias moveleiras muito frequentes na região, como também um tom amarelo mostarda, presente na bandeira do município e utilizado em abundância nos pontos turísticos.

Os abrigos possuem lixeira para o descarte do lixo. Foi prevista a aplicação de um mural, localizado parede posterior ou lateral, o qual busca a valorização local, permitindo anúncios de rotas e propagandas turísticas e/ou comerciais do município. Além disso, há a sinalização sobre as rotas do transporte coletivo, sendo de fácil



compreensão a grandes distâncias, subdividida em cores contrastantes para o usuário conseguir distinguir as paradas do transporte coletivo mais facilmente, e juntamente no *layout* do abrigo um mapa com todas as rotas da cidade, para ajudar o usuário a se localizar em momentos de dúvida ou dificuldade. O funcionamento desses elementos de comunicação teve também a proposta de digitalização e acionamento por detecção de presença no abrigo, no entanto essa solução foi apresentada com uma alternativa que demandaria mais tecnologia conectada ao ponto. Abaixo, pode-se ver uma das soluções propostas para o ponto de ônibus.

Figura 45 – Ponto de ônibus, opção equipe Müller et al, 2015.

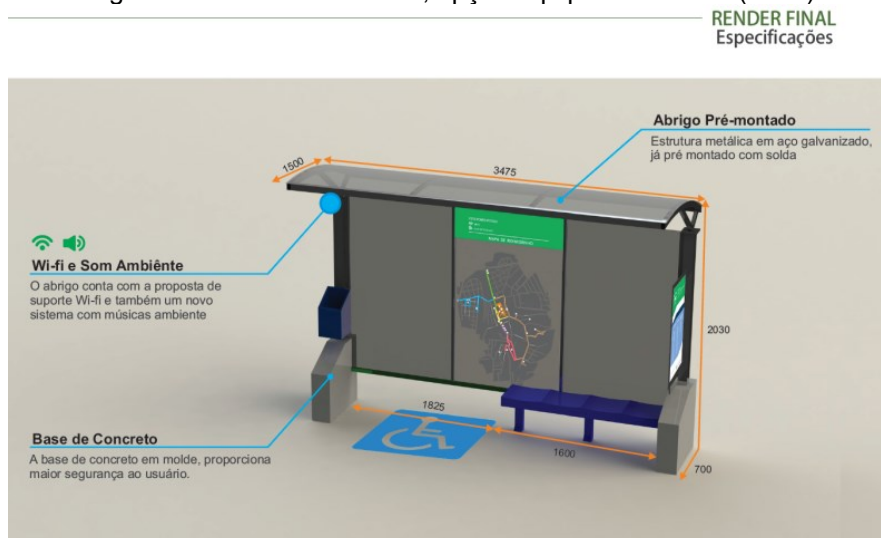


Fonte: Müller; Keil e Schlemmer (2015)

Validação externa: A avaliação quanto a essa alternativa, realizada pelo departamento de Obras da Prefeitura Municipal de Rio Negrinho, apontou fatores positivos e negativos da proposta, descritos a seguir. Como fator positivo, destacaram-se, a apresentação completa, com destaque aos desenhos técnicos detalhando a montagem do produto final; enfatizaram os resultados da pesquisa aos usuários sem, no entanto, apresentarem o recorte da pesquisa; abordagem conceitual interessante através da identificação visual das rotas (cores diferenciadas). Como fator negativo, foram apontados os seguintes itens: “Uso da madeira plástica (material com força de rigidez muito menor do que a madeira comum e sem possibilidade de reparos, apenas substituição); uso de policarbonato na cobertura que não proporciona conforto térmico” (PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO NEGRINHO, 2015).

Na Figura 46 a seguir, apresenta-se outra alternativa, que também seguiu a metodologia do UrbeID, sendo essa utilizada como teste real, em condições reais de problemática e de solução possível.

Figura 46 – Ponto de ônibus, opção equipe Hack et al. (2015)



Fonte: Hack et al. (2015).

Nela pode-se ver a preocupação de incluir tecnologias utilizadas atualmente em dispositivos eletrônicos (aparelhos de telefonia celular, som ambiente), mas também a preocupação com possíveis danos por vandalismo (base aberta parte de trás) e com a adaptação a intempéries (bases em concreto).

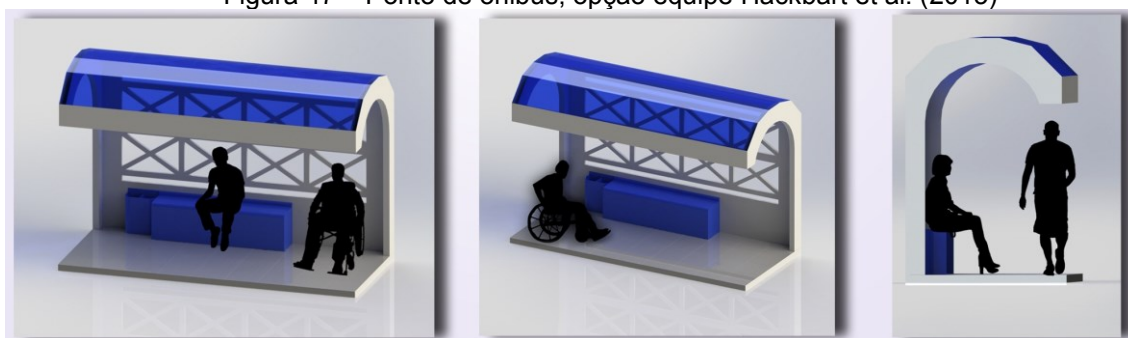
Validação externa: A avaliação dessa proposta, realizada por técnicos da prefeitura municipal, apontado que ela era uma “abordagem interessante, porém superficial; preocupação com a questão das enchentes; material resistente na base da estrutura (concreto); excelente proposta para o banco/assento” (PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO NEGRINHO, 2015).

A justificativa desse posicionamento é justificada pela

Pouca abordagem técnica do projeto; uso de policarbonato na cobertura que não proporciona conforto térmico; a interatividade foi muito bem abordada, no entanto poderia ter existido uma abordagem voltada à interação (a interação envolve trocas entre os sujeitos, enquanto que a interatividade envolve um contato com as tecnologias atuais) (PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO NEGRINHO, 2015)

Em outra alternativa gerada, apresenta-se uma fachada posterior vazada, teto em arco com possibilidade de identificação do ponto, representado na fachada arquitetônica da Prefeitura Municipal no ponto de ônibus, como na Figura 46, a seguir.

Figura 47 – Ponto de ônibus, opção equipe Hackbart et al. (2015)



Fonte: Hackbart et al. (2015)

Validação externa: Quanto ao modelo 3, a avaliação realizada pelo Departamento de Obras da Prefeitura Municipal de Rio Negrinho, foram apontados os pontos positivos dessa proposta: “excelente identidade visual, destacando elementos construtivos da arquitetura colonial alemã”. Entretanto alguns pontos negativos apontados como:

Sentido de caída de água da cobertura para frente; uso de policarbonato na cobertura (que não apresenta durabilidade e não proporciona conforto térmico), a interatividade foi muito bem abordada, no entanto poderia ter existido uma abordagem voltada à interação (a interação envolve trocas entre os sujeitos, enquanto que a interatividade envolve um contato com as tecnologias atuais) (PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO NEGRINHO, 2015).

### 6.3 TESTE 2: PARA AS CIDADES DE SÃO BENTO DO SUL E RIO NEGRINHO

Na segunda aplicação do UrbelD, ocorrida no primeiro semestre de 2016, a pesquisa ocorreu nas cidades de São Bento do Sul e Rio Negrinho, SC, simultaneamente, visando obter-se dados também da população local.

Os mesmos procedimentos aplicados no primeiro teste foram também aqui aplicados.

#### 6.3.1 Etapa preliminar

Inicialmente, ficou decidido, em acordo estabelecido com as turmas, durante as aulas, que a pesquisa ocorreria em duas cidades. Essas cidades eram o local de moradia dos alunos da turma do curso de Design da Universidade do Contestado – SC, considerando-se a 7ª fase (semestre 7). Isso facilitaria a testagem do modelo apresentado, porque facilitaria o acesso aos moradores de cada bairro pesquisado.

A sequência metodológica ocorreu na mesma ordem e formato do modelo aplicado no ano anterior, de forma a permitir uma testagem do UrbelD, em condições parcialmente diferentes. Destaca-se que uma das cidades permaneceu a mesma de 2015.

### 6.3.2 Aplicação das subetapas do modelo

Na segunda testagem do UrbelD, buscou-se aplicar o mesmo modelo testado em 2015, para verificar a sua eficácia, como relatado a seguir.

#### 6.3.2.1 Etapa 1 – Formação da competência estratégica

- Processo 1: **Definir a competência a ser formada** - A etapa consistiu em realizar parecerias entre a Universidade e as Prefeituras Municipais de Rio Negrinho e de São Bento do Sul, com a finalidade de propor a execução de um projeto de design, para uma área pública.
  - Resultado: Igualmente ao ano de 2015, a realização física dos resultados seria facultativa e não implicaria em direitos autorais aos acadêmicos realizadores dos mesmos. Compreendendo a natureza participativa, mas não financeira;
  - Técnica/Ferramenta: A realização da etapa ocorreu como na explicitada no item explicitado teste de 2015. Os apoios foram firmados informalmente entre as partes como no ano anterior. Da mesma forma os projetos ocorreram com o apoio das prefeituras municipais e das Universidades;
  - Saída: O acordo novamente não previu a realização dos projetos por parte das prefeituras. O curso de Design teve a participação dos acadêmicos da 7ª fase. O projeto não previa a participação financeira das prefeituras.
- Processo 2: **Identificar os atores** - A etapa consistiu na identificação dos apoiadores, de forma não oficial, visando ao comprometimento entre o

curso de Design da UnC e as prefeituras municipais de Rio Negrinho e de São Bento do Sul.

- Resultados: acordos não formais entre as partes, de forma a apoiar informalmente os acadêmicos do curso de Design da UnC, em um projeto de produto universitário para uso em ambiente público, sujeito às leis e normas dos municípios apoiadores;
- Técnica/ ferramenta: reuniões realizadas nas duas prefeituras, em São Bento do Sul e Rio Negrinho, com os Secretários de Obras, Diretora de Pesquisa e Extensão da UnC e a professora e pesquisadora que aqui relata essa tese;
- Saída: aprovação do projeto pelas Prefeituras Municipais de Rio Negrinho e de São Bento do Sul, as quais permitiram a realização do mesmo e firmaram o apoio à iniciativa.

– Processo 3: **Estabelecer o grupo de apoio estratégico** (pessoas que atuam, que tem interesse na área – moradores, líderes comunitários).

- Resultado: a interação teve como objetivo identificar as características da utilização do transporte público e o funcionamento da estrutura física do transporte, assim como identificar os grupos de interesse (grupos apoio ao bairro) quando existentes.
- Técnica/ ferramenta: Reuniões entre acadêmicos e o público que utiliza o transporte público.
- Saída: Apoio das lideranças e interessados, ao projeto a ser executado.

– Processo 4 - **Identificar e definir o sistema de relacionamento** - Assim como no ano anterior, ocorreu o mapeamento das competências, tanto dos acadêmicos, com a definição dos líderes das equipes, quanto dos participantes, tais como pessoal técnico da prefeitura, e líderes comunitários, com o objetivo de compreender a organização e realização da pesquisa.

- Resultado: Os líderes de equipe foram escolhidos entre os acadêmicos que participaram do projeto. A Prefeitura Municipal de Rio Negrinho indicou uma pessoa responsável (arquiteta) pelos contatos e

esclarecimentos de dúvidas, assim também ocorreu em São Bento do Sul, foi indicado um funcionário do Serviço Municipal de Água e Esgoto (SAMA E);

- Técnica/ ferramenta: Os acadêmicos ficaram responsáveis pela coleta dos nomes, endereços e telefones dos líderes de bairros, onde realizariam o projeto. Para tanto, buscaram na prefeitura ou nas representações de bairros os nomes dos participantes das lideranças;
- Saída: Os dados foram tabulados pelas equipes de projeto. Um cronograma de atividades foi elaborado pelas equipes, tendo as datas de entrega marcadas pela professora e pesquisadora, de forma a cumprir as atividades durante o primeiro semestre letivo;

– Processo 5: **Análise preliminar** - Para a realização desse processo, foram listados os temas que despertam maior interesse dos membros e que seja alvo de alguma ação da administração municipal. Em reunião entre os executores do projeto, foram definidas quais situações e oportunidades encontradas, quais participações confirmadas, quais potencialidades e deficiências verificadas.

- Resultado: Para a determinação do projeto a ser executado, inicialmente, foi realizada uma investigação com a população local para que essa apontasse o que mais causa problemas ou apresenta inadequações em calçadas de vias públicas, praças, parques, dentre outros;
- Técnica/ferramenta – Nessa fase, foi realizada uma apresentação pelo senhor Abel Volinger, Chefe da Divisão de Resíduos Sólidos do Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto – SAMA E. Nela foram relatados os problemas, as restrições e a situação encontrada na coleta de resíduos, na época dessa investigação, cujo objetivo foi visualizar o problema visto pela administração municipal. A partir das informações coletadas, foi elaborada uma avaliação preliminar do problema a ser resolvido, e sobre as parcerias e apoiadores do projeto a ser realizado;
- Saída – Como saída, as equipes de projeto identificaram o principal problema percebido.

- Processo 6: – **Avaliação dos resultados** - A etapa foi realizada e discutida em sala de aula. Utilizando, para isso, os resultados das investigações (líderes comunitários, arquiteta e Chefe da Divisão de Resíduos Sólidos do Serviço do SAMAE) e depois apresentados pelos líderes das equipes participantes do projeto.
- Resultados: a partir do resultado apontado nas pesquisas, foi elaborada uma listagem de pessoas que poderiam auxiliar no decorrer da investigação. Cada uma das equipes apresentou o seu resultado para os colegas de sala de aula na forma de apresentação power point;
- Técnica/ferramenta: Reuniões na forma de seminários. Foi utilizado o System Map, para delimitação da situação dos usuários;
- Saída: Após o debate em sala de aula da situação encontrada nos bairros, foi elaborado um quadro de estratégias preliminares.

#### 6.3.2.2 Etapa 2 - Identificação do território

Assim como no teste anterior, a fase de coleta de dados junto aos especialistas teve como objetivo identificar e confirmar as características sócio demográficas, culturais, ambientais e econômicas. Seguindo o modelo já apresentado no teste 1, na sequência do projeto, foi aplicada uma entrevista a moradores, vizinhos, visitantes e atores (pessoas que aplicaram a entrevista, com a condição de conhecer o minimamente o lugar). As etapas foram descritas a seguir.

- Processo 1 - **Mapear o território** - O objetivo foi identificar quem fazia parte do público de interesse e de interferência. Assim como no teste anterior, a etapa compreendeu também o conhecimento da estrutura física (quando existente) dos lixeiros de rua da cidade por meio de visitação e documentação dos locais desses itens.
- Caracterização cultural/patrimônio histórico- o levantamento da cidade de Rio Negrinho foi atualizado em 2016 (pois já havia sido executado em 2015) e o da cidade de São Bento do Sul, foi realizado em 2016. A partir desses levantamentos ficou claro que as duas cidades têm muitas similaridades quanto à formação, características físicas e econômicas, e

restrições, quanto ao transporte público e ambientes públicos como praças e parques. Ambas as cidades descendem de imigrantes europeus (alemães, poloneses, na sua maioria) vindos aproximadamente no mesmo período (final do Séc. XIX). De origem humilde na Europa, buscavam novas oportunidades em uma terra desconhecida;

- Caracterização econômica a principal característica da cidade de São Bento do Sul, foi a mudança de setor de atuação econômica no final de 2008, quando passou de moveleira (20,03%) para diversificação de setores produtivos, com especial foco no setor metal mecânico (30,66%). (DENK et al., 2015)

Os atuais números são resultado da diversificação industrial ocorrida na cidade após a crise no setor moveleiro ocorrida em 2008, que acabou servindo como um aprendizado para os empresários da cidade. Na ocasião, foi buscada a diversificação da indústria na cidade, que até então era predominantemente moveleira. Atualmente há vários segmentos da indústria em nosso município, o que aumenta as possibilidades no mercado. Outro fator importante é a localização da cidade, entre dois dos principais portos do Brasil, a malha viária é boa, e há mão de obra capacitada. Esses fatores são atrativos para os novos segmentos se instalarem na cidade. (DENK et al., 2015, p. 35)

A cidade de Rio Negrinho apresenta como base financeira o setor de serviços (39%), seguida pelo setor madeireiro e moveleiro (34%). (IBGE, 2015)<sup>21</sup>

- Caracterização sócio demográfica: Realizou-se uma investigação sobre as maiores preocupações da população de ambos os municípios. Como resultado, percebeu-se que estas estavam ligadas às questões já apontadas no ano anterior (pontos de embarque e desembarque do transporte público urbano), mas havia uma preocupação com a segurança em espaços públicos (praças, pontos de embarque e desembarque de ônibus urbano), o que denotou o aumento da crise econômica e, conseqüente, falta de empregos;
- Esses dados foram analisados pelos participantes dos projetos (acadêmicos), como forma de indicar possíveis caminhos para melhorias nos projetos que foram posteriormente desenvolvidos;

<sup>21</sup> Site <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/rio-negrinho/pesquisa/38/46996>>. Acesso em: jan. 2017.



- **Caracterização ambiental**- Após a análise inicial sobre os espaços públicos, foi aplicado o mesmo modelo de investigação, proposto por Wielewcki (2010), para identificar possíveis desejos e/ou demandas da população. No entanto, a condição primordial era não executar o mesmo tipo de investigação e proposição do ano anterior (abrigo para embarque e desembarque de ônibus urbano) e a intenção foi de verificar a aplicação do modelo de investigação;
  - Nessa investigação foi possível verificar a reputação do território. Tanto quando analisada pelos moradores (análise interna), visitantes ou vizinhos (análise externa). Nela verificou-se que os moradores apontaram os itens “calma” (90%) e “segurança” (50%) como mais importantes e os visitantes os itens “interação com a natureza” (72%) e a “calma” (61%);
  - Fontes de pertencimento mais citadas nessa pesquisa apontaram os seguintes resultados, destacados por cidades, Rio Negrinho “presença de água” (72%) e “barulho de trem” (40%), o item negativo mais apontado foi o “vandalismo” (78%). Em São Bento do Sul, as respostas mais citadas foram “presença de verde” (47%) e o item que mais causou preocupação foi a manutenção de praças e passeios, pois exceto o centro onde 32% dos habitantes estavam satisfeitos, em outros bairros 43% dos habitantes relataram problemas ligados à limpeza, iluminação e manutenção periódica (limpeza e manutenção);
- **Saídas** – Os resultados da investigação forneceram informações que foram utilizadas pelas equipes na sequência da investigação e na proposição de design.

#### – Processo 2 – Avaliação dos resultados

- Durante a fase de projeto foram levantadas as necessidades e desejos dos usuários em Rio Negrinho e São Bento do Sul (ambas em SC). A primeira validação foi realizada de forma a testar o modelo na sua integridade. Buscou-se também verificar se os seus propósitos eram atendidos, apontou como a comunidade percebe o lugar, por meio das avaliações e considerações (positivas e negativas) o que permitiu perceber que mesmo que ela não expresse voluntariamente sua opinião,

ela tem um senso crítico bem apurado, porém pouco explorado pela administração pública;

- Resultado - Seguindo o modelo proposto, em uma primeira fase, foram levantados os problemas comuns de cada região da cidade, para uma melhor visão dos problemas encontrados. A seguir, foram definidos os bairros a serem pesquisados. Os problemas em projetos urbanos foram apontados pelos alunos, moradores do lugar, vizinhos e visitantes;
- Como resultado da proposta e excluído o ponto para parada de ônibus, ficou estabelecido que fossem aplicadas com usuários e/ou frequentadores e que abrangeriam as lixeiras públicas de uma via ou praça. A decisão ocorreu pelo fato de que em alguns lugares não havia a disponibilidade de lixeiras e em outras havia um excesso delas, como se naquela praça, fosse um depósito de lixeiras desativadas de outros locais. Como o problema pareceu ser da administração municipal, pois a colocação e manutenção das mesmas são de sua responsabilidade, foi então optado por esse item para estudo;
- Foram também definidos os locais onde seriam realizadas as pesquisas, ficando a critério dos alunos definirem se em praça ou em via pública. Depois dessa definição, os projetos foram elaborados conforme o modelo completo apresentado anteriormente;
- Técnica/ferramenta – Foram aplicados questionários com os usuários dos equipamentos públicos, a fim de conhecer as demandas de cada um deles (ANEXO 2). Participaram, como respondentes, 72 pessoas (morador, vizinho e visitante) voluntárias, sendo divididas igualmente entre essas categorias. Essa etapa da pesquisa foi apresentada em sala de aula, onde cada equipe fez a apresentação da área escolhida para a colocação de lixeiras urbanas (de rua). Registros fotográficos foram feitos de cada área investigada, com respeito às lixeiras, ou onde elas estavam presentes, foram realizados registros fotográficos para ilustração de problemas e discussões sobre possíveis soluções;
- Saída - identificação dos problemas relatados pelos usuários e percebidos pela equipe de projeto de design. Dessa investigação inicial, obteve-se dados referentes aos interesses gerais dos investigados sobre a cultura

(proveniência dos habitantes – imigrantes e seus descendentes), atividades (locais e turísticas), locais identitários (turistas e moradores). Nessa etapa, foram apresentadas as situações encontradas nas áreas a serem contempladas com as lixeiras, no referido projeto.

A Figura 48 apresenta a realidade encontrada em um bairro de São Bento do Sul, onde os alunos da equipe realizaram a pesquisa.

Figura 48 – Slide da pesquisa de campo realizada no bairro Cruzeiro, em São Bento do Sul.

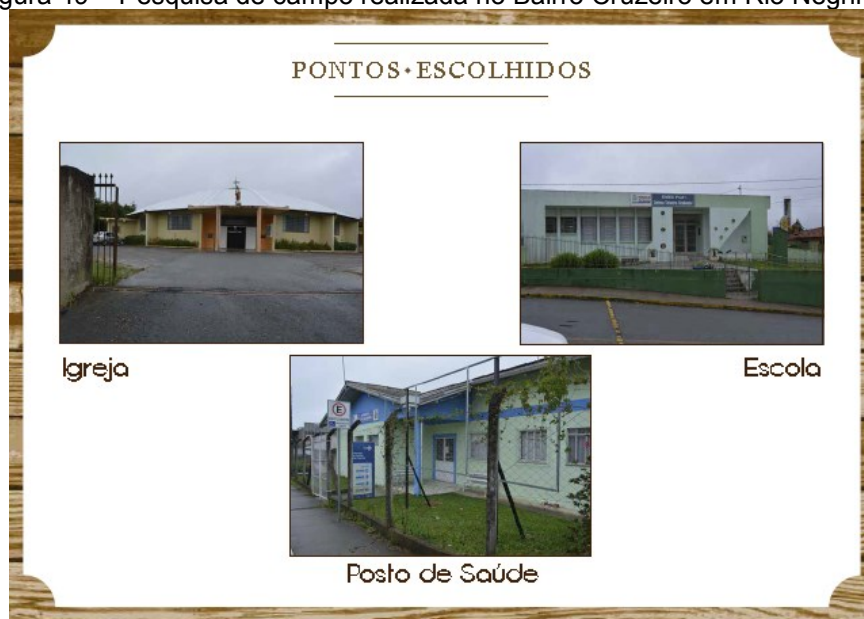
### Estrada Cruzeiro



Fonte: Projeto de Mobiliário Urbano, realizado pelos alunos do 7º período da Universidade do Contestado.

A análise das situações encontradas apresentou as realidades presenciadas pelos alunos nas duas cidades e em bairros distintos. A Figura 49 apresenta o bairro Cruzeiro, de Rio Negrinho, que foi o alvo da referida investigação projetual, assim como onde se pretendia que fossem instaladas as lixeiras desenvolvidas pela equipe.

Figura 49 – Pesquisa de campo realizada no Bairro Cruzeiro em Rio Negrinho.



Fonte: Imagens do projeto Lixeira, realizado pelos alunos de design do sétimo período da Universidade do Contestado.

A partir da pesquisa de campo realizada pelos estudantes, pôde ser observada a situação atual, assim como as demandas a serem implementadas.

### 6.3.2.3 Etapa 3 - Definição de prioridades

– Processo 1: Visão do governo e da comunidade.

- Visão do governo. Essa foi realizada por meio de entrevistas aos secretários urbanos responsáveis pelas secretarias municipais relacionadas à investigação. Nela buscou-se conhecer como são tomadas as decisões sobre obras públicas em praças e passeios urbanos. Para tanto, foram pesquisados os itens de quem demanda o serviço, como são tomadas as decisões sobre o que será realizado; qual a inspiração ou motivação e como será executada a obra;
- Nessa investigação, denotou-se que raramente o pessoal técnico da secretaria (arquitetos) busca informações na comunidade. Estas são tomadas internamente, seguindo padrões arquitetônicos da cidade ou o padrão vigente da administração naquele momento. Entretanto a população não faz parte dessas decisões;
- Visão da comunidade: como na testagem anterior, foi aplicado um questionário com pessoas que utilizam os locais investigados com ou sem

lixeiras com o objetivo de identificar as necessidades e benesses apontadas;

A estrutura do questionário (idêntico ao do ano anterior) (Anexo 2) era direcionada a três possíveis usuários: o morador, o visitante ou o vizinho. Buscou-se identificar qual era o interesse de cada um dos participantes na região pesquisada (morador, vizinho ou visitante). Qual era a sua visão do lugar e quais impressões sentimentais que esse lugar transmitia e se esse estava em concordância com os resultados de pesquisas anteriores sobre apego a um lugar.

Unidade de satisfação: assim como na pesquisa realizada no ano de 2015, os itens que apresentou maior satisfação foram a Natureza (95%), o descanso (85%) e a paisagem urbana/patrimônio (50%).

Saída: O objetivo dessa ação era identificar qual o item que causa maior desconforto (falta de atrativos turísticos (80%) e vandalismo (52%), assim como aquele, traz maior satisfação aos usuários).

– Processo 2: **Avaliação dos elementos encontrados e identificados** -

Para a definição dos itens prioritários (para os usuários) foram considerados os moradores, vizinhos e visitantes do município.

- Resultado: Como resultado da pesquisa foram identificados pelos entrevistados, as deficiências e vantagens (comodidades) dos lugares pesquisados, apontando possíveis melhorias. Isso denotou, como no teste do ano anterior, o envolvimento dessas no lugar pesquisado, assim como o interesse em soluções para os problemas por eles listados. Esse fato demonstrou novamente a preocupação dos entrevistados, especialmente os moradores da região, em soluções para o local público onde vivem e circulam diariamente. Os dados coletados em 2016 apontaram uma grande valorização dos aspectos pacatos e naturais das cidades de Rio Negrinho e de São Bento do Sul, como a natureza, a calma do lugar, a tradição, de descanso. Assim como na testagem anterior foram apontados os itens: 1) Cidades para descansar (segundo visitantes), 2) Falta de opções de diversão e turismo (visitantes) e novamente, 3) Vandalismo (moradores);

- **Técnica/ferramenta:** O questionário proposto por de Wielewcki (2010) foi aplicado, com perguntas que indicassem inadequações em áreas urbanas de uso coletivo e, se solucionadas, atenderiam um grande número da população. Foram também elaborados mapas mentais que identificavam o espaço geográfico aos usuários e frequentadores do lugar;
- **Saída:** Novamente com o resultado, pôde-se identificar quais as razões que faziam com que as pessoas se sentissem pertencentes a um lugar, quais eram as suas impressões emocionais sobre esse e porque lá permaneciam.

– **Processo 3: Avaliação dos resultados.** Como no teste anterior, a avaliação ocorreu sob o ponto de vista de dois resultados esperados.

- **Análise e avaliação das prioridades selecionadas** (lixeiras de rua para uso urbano) e se essas correspondiam às expectativas dos usuários;
- **Verificar se os itens apontados** (pelos usuários) como prioritários estavam sendo contemplados nas lixeiras de rua existentes;
- **Resultado:** Na avaliação das prioridades selecionadas, as lixeiras públicas urbanas, quando existentes, nem sempre eram percebidas pela população. Fato esse que despertou interesse pelos pesquisadores. Após análise desses casos, as lixeiras estavam junto às ruas centrais, onde já figurava a vegetação ornamental. Entretanto, as lixeiras não compunham com essas um conjunto harmônico, entretanto, não eram consideradas pela população “feias”. Dessa forma, eram desconsideradas pela população, em contrapartida, a população considerava adequadas as lixeiras que mantinham a mesma linguagem dos dispositivos para flores.

Figura 50 – Lixeira de rua incorporada à linguagem imagética.



Fonte: Musarra (2015)

- Técnica/ferramenta: a avaliação seguiu o apontado pelo UrbelD, onde foi realizado o gráfico radar para identificar quais eram os itens prioritários. Após a identificação desses itens, definiram-se os padrões a serem utilizados. Cada equipe escolheu o que se adaptava mais ao local de aplicação. O que levou a aplicação de diversos modelos de lixeiras públicas;
- Saída: cada uma das equipes apresentou o seu entendimento sobre o local de aplicação, o modo de vida dos usuários e as prioridades determinadas pelos envolvidos (população, prefeitura).

#### 6.3.2.4 Etapa 4 - Compor os requisitos

- Processo 1: **Elaboração de diretrizes** - Nesse processo foram elaboradas as diretrizes que atendiam às necessidades levantadas, em conjunto com a administração municipal.

- **Resultado:** após a realização da pesquisa de campo com usuários do sistema de descarte de lixo em ruas e praças, foram verificadas quais eram as principais demandas relatadas pelos usuários;

As considerações ocorreram em relação aos itens listados a seguir:

- I. Distribuição estratégica das lixeiras para otimizar a coleta de lixo;
- II. Contribuir positivamente para o apelo visual do local;
- III. Transmitir em sua estética o apelo cultural do local;

- **Técnica/ferramenta:** a presente fase da pesquisa foi executada por meio de entrevistas com os consumidores na cidade de Rio Negrinho e de São Bento do Sul. Foi também feita a observância do Plano Nacional de Resíduos Sólidos, Lei 12.305/10, que estabelece o Plano Nacional de Resíduos Sólidos;
- **Saída:** a partir das informações coletadas, foi realizada uma discussão, em sala de aula, para apontar os problemas mais relevantes aos usuários do transporte público, assim como observar os materiais a serem utilizados no projeto de design e a vida útil dos mesmos;

– **Processo 2: Construção de cenários** - Para a melhor compreensão das necessidades, contemplando o contexto local levantado (em conjunto com a administração municipal) foi desenvolvido esse processo.

- **Resultado:** Os dados foram colhidos e organizados pelas equipes, observando as condições em que se encontravam as lixeiras públicas de ruas por meio de fotografias e depoimentos das pessoas entrevistadas;
- **Técnica/ferramenta:** para a etapa foram listados os dados dos locais (cidades e bairros) a para onde foram realizados os projetos de design. As cidades e os bairros foram selecionados pelas equipes, considerando que poderiam ser o local de moradia ou um local que pelo menos um dos membros da equipe conhecesse bem;
- **Saída:** as equipes apresentaram em sala de aula os cenários encontrados por meio de imagens ou filmagem. O objetivo foi identificar as carências encontradas e listadas em cada bairro e assim viabilizar uma análise mais pormenorizada sobre essas deficiências.



- Processo 3: **Visualizar as oportunidades** - Esse processo busca visualizar as oportunidades detectadas e não contempladas em algum projeto anterior (em conjunto com a administração municipal).
- Resultado: listagem e apresentação dos itens avaliados e possíveis soluções identificadas em projetos anteriores, por utilização de outros modelos encontrados em outras cidades ou pela análise e proposições projetuais inovadoras;
  - Técnica/ferramenta: análise desenhos esquemáticos de possíveis soluções e/ou de registros fotográficos de soluções, encontradas em outros lugares;
  - Saída: visualização de classificação de possíveis soluções para o problema encontrado.
- Processo 4: **Sugerir métodos, técnicas e ferramentas** - Para facilitar a comunicação e a administração entre as partes que fazem parte da pesquisa e a fim de estimular o comportamento colaborativo, desejado para a solução do problema levantado, desenvolveu-se esse processo.
- Resultado: a partir dos dados coletados foi elaborada uma apresentação como forma de introdução ao problema encontrado, a qual foi exibida aos colegas da sala de aula, professores das disciplinas envolvidas e aos técnicos da prefeitura;
  - Técnica/ferramenta: apresentação em formato *power point* com as conclusões das pesquisas realizadas e dos possíveis benefícios a se obter a partir desse projeto de design;
  - Saída: a partir da apresentação, foram confirmados os pontos a serem abordados na pesquisa, apontamento verbal de possíveis soluções, mas também de possíveis problemas a serem encontrados (falta de colaboração dos entrevistados, problemas de espaço insuficiente em algumas vias públicas, entre outros).
- Processo 5 – **Avaliar os resultados** – A finalização do projeto ocorreu de forma semelhante ao realizado em 2015, onde foram convidadas as

administrações municipais e os departamentos municipais responsáveis pelas obras em vias públicas e em praças públicas.

- Resultado – A reunião ocorreu de forma diversa da realizada no ano de 2015. Esse fato deu-se, devido à campanha municipal para eleição do novo prefeito, que se realizaria em outubro de 2016. Entretanto o projeto foi avaliado pelas equipes da administração municipal, nas secretarias de obras responsáveis pelo planejamento de obras em vias públicas e em praças urbanas. A diferença é que esse trabalho foi realizado internamente nas secretarias municipais e não houve a apresentação na Universidade aos prefeitos e aos secretários municipais dos setores envolvidos com o projeto;
- Técnica/ferramenta - cada uma das equipes apresentou os seus resultados em sala de aula, sendo esses posteriormente enviados à secretaria municipal responsável pelo projeto realizado;
- Saída - cada uma das equipes apresentou as investigações com a população das áreas investigadas, assim como os usuários das praças municipais analisadas, e com pessoal técnico em obras urbanas das prefeituras municipais de Rio Negrinho e de São Bento do Sul. As apresentações dessa investigação ocorreram na UnC, e tinham por finalidade concluir a etapa. Posteriormente, essas foram utilizadas na fase de solução projetual, a qual não fazia parte dessa pesquisa, mas decorreu da ação aqui relatada.

### 6.3.3 Resultados de projeto

As razões para adotar um novo foco de projeto foram duas. Em primeiro lugar, pelo fato de que na cidade de Rio Negrinho esse já havia sido foco do projeto e a intenção era a de se testar o UrbelD com uma nova abordagem. A segunda, porque havia sido decidido que o projeto seria no mesmo bairro ou em um bairro próximo ao local de residência dos alunos da equipe, isso porque eles conheciam melhor o local e havia um interesse real em resolver essa questão. Assim, foi realizado um novo teste em duas cidades: Rio Negrinho e São Bento do Sul.

O resultado da utilização do UrbelD no ano anterior, em um projeto real para uma prefeitura, incentivou a sua nova testagem no ano posterior, para uma nova

verificação. Assim, buscou-se a execução de um novo teste para se verificar se, quando aplicado em outro lugar, com outro tema de projeto, se ele apresentaria bons resultados.

Nessa segunda aplicação do modelo, percebeu-se que o interesse dos estudantes participantes do projeto continuou em mesmo grau de motivação, no entanto, o interesse dos usuários reduziu. Essa questão foi identificada e alvo de discussões posteriores em sala de aula e em reuniões com os administradores públicos municipais. Em consenso com funcionários do setor de obras municipais, isso ocorreu porque o problema básico e mais relevante, identificado por parte da população, não foi o definido como foco do teste.

As propostas de design para as duas cidades foram desenvolvidas seguindo a mesma metodologia aplicada no ano anterior, seguindo todas as etapas, desenvolvendo todo o trabalho de investigação, criação e contando com o acompanhamento do pessoal técnico das duas prefeituras.

Os modelos produzidos pelos alunos foram apresentados e discutidos internamente, sendo o resultado do processo considerado positivo por acadêmicos e professores. Isso porque unificou o entendimento sobre as necessidades de identificação com a população, com o local de uso, com o município e suas características, assim como o alinhamento a projetos desenvolvidos pelas administrações municipais com o anseio da população, cumprindo assim o seu objetivo.

Na Figura 51, a seguir, pode-se ver um dos resultados do projeto realizado para a cidade de Rio Negrinho.

Figura 51 – Inspiração do projeto executado por acadêmicos do curso de design.



Fonte: Salomon et al. (2016)

O modelo apresentado buscou associar elementos identitários da região para obter um resultado projetivo que aliasse as riquezas naturais locais e o descarte de lixo. Dessa forma, buscou na forma do pinheiro do Paraná, muito comum na região e base da fabricação de mobiliário, responsáveis pelo desenvolvimento regional, como sendo um dos pilares de identificação local, como na Figura 52.

Figura 52 – Opção de lixeira para vida urbana, Salomon et al., 2016.



Fonte: Salomon et al. (2016)

No caso de Rio Negrinho, a lixeira urbana apresentada a seguir teve por inspiração o prédio da Prefeitura Municipal. Na Figura 53 percebe-se a construção

do tipo enxaimel, muito característica nas construções do século XIX, época da colonização da cidade.

Figura 53 – Inspiração na construção em estilo arquitetônico enxaimel.



Fonte: Grosskopf et al. (2016)

As lixeiras também seguiram a mesma inspiração, como se vê na Figura 54 a seguir.

Figura 54 – Opção de lixeira para vida urbana, Grosskopf et al., 2016.



Fonte: Grosskopf et al. (2016)

## 7 AVALIAÇÃO

A pesquisa em Design Science Research (LACERDA et al., 2017) considera que, após a realização dos testes, uma fase de avaliação deva ser conduzida. Nela devem ser evidenciados os resultados da aplicação do artefato, neste caso, o modelo proposto. E, para isso, no caso das avaliações qualitativas, devem ser evidenciadas as partes envolvidas e as limitações de viés.

Os resultados da avaliação devem ser apresentados com respeito ao que funcionou como previsto e o que foi necessário ajustar.

Os resultados da aplicação do modelo foram submetidos a duas modalidades de avaliação externa. Uma com especialistas, com experiência em desenvolvimento de equipamentos para uso urbano, das cidades de Rio Negrinho e São Bento do Sul, e outra com os líderes comunitários nas duas cidades.

Além disso, uma avaliação da aplicação do modelo, do ponto de vista da autora desta tese, com base nas percepções a partir da sua aplicação na prática, realizada com os dois testes apresentados no capítulo anterior.

### 7.1 AVALIAÇÃO COM ESPECIALISTAS

Para a verificação do resultado do modelo, com apresentado no capítulo de discussão do método, foram realizadas entrevistas semiestruturadas (ANEXO 1), nas quais os aspectos referentes ao modelo e aos resultados obtidos. Para tanto, buscou-se a participação do governo municipal na investigação, que permitiu a cooperação da Secretaria Municipal de Educação. Participação de líderes comunitários de bairros, quando estes foram apontados pela Secretaria de Assuntos Urbanos. Pesquisas livres realizadas por acadêmicos do curso de Design (UnC) com a comunidade que utiliza os serviços de transporte público urbano e descarta resíduos em lixeiras públicas urbanas.

Elas tiveram como ações a serem observadas a melhoria do espaço público urbano, de acordo com o que havia sido apontado pela população e se atendiam às exigências de um projeto público municipal.

As entrevistas foram realizadas em dois momentos, conforme a aplicação dos testes, e consideraram os participantes que se apresentam no Quadro 4. Entrevistados e entidades pesquisados, a seguir.

Quadro 4 – Entrevistados e entidades pesquisados

<b>Rio Negrinho</b>	<b>Entidade</b> 1. Prefeitura Municipal, Secretaria de obras municipal. 2. Líderes comunitários (quando identificados).	<b>Pesquisados</b> 1. Secretário Municipal responsável pela secretaria. 2. Membros participantes da liderança comunitária.
<b>São Bento do Sul</b>	<b>Entidade</b> 1. Prefeitura Municipal, Secretaria de obras municipal. 2. Líderes comunitários (quando identificados).	<b>Pesquisados</b> 1. Secretário Municipal responsável pela secretaria. 2. Membros participantes da liderança comunitária.

Fonte: A autora (2017)

O procedimento utilizado foi a verificação do atendimento das demandas identificadas pela população que utiliza os espaços públicos pesquisados, quanto às exigências projetuais seguidas pelo departamento de obras públicas nas prefeituras. A avaliação final dos projetos ocorreu após a apresentação dos projetos propostos pelos alunos aos técnicos das prefeituras municipais, estando essas representadas fisicamente ou virtualmente.

Considerando-se as respostas obtidas, pôde-se considerar que o resultado final das atividades projetuais foi positivo. Isso pode ser visto no interesse, na participação na comunidade, no número de respostas dos cidadãos entrevistados para a coleta dos dados e na participação da administração local nas apresentações dos resultados.

Como o projeto não teve continuidade, com a execução dos modelos, por razões econômicas apresentadas pela prefeitura municipal, a avaliação se restringiu aos projetos apresentados. Esses percalços apresentados na aplicação dos testes, conforme avaliação dos técnicos, não implicou na qualidade final dos trabalhos, pois eles continham as aspirações e expectativas da comunidade a respeito de fatos vivenciados na comunidade. Independentemente dos projetos virem a ser aplicados, a investigação realizada serviu de parâmetro comparativo e de análise de expectativas dos munícipes, em futuros projetos municipais.

Dessa forma, ficou evidente que o problema não era com o modelo, empregado, mas com o tema abordado, que precisa estar alinhado às necessidades da população que utiliza ou frequenta o lugar.

Como resultado da pesquisa, ficou evidente que as pessoas pesquisadas tinham clara percepção sobre as deficiências e vantagens (comodidades) dos lugares pesquisados, apontando possíveis melhorias. Isso denotou o envolvimento dessas no lugar pesquisado, assim como o interesse em resoluções para os

problemas por eles listados. A partir da realização dessas abordagens iniciais, ficou evidente a preocupação dos entrevistados, em soluções para o local público onde vivem e circulam diariamente.

Como resultado dessa atividade destaca-se:

Munidos de informações, a geração de alternativas propiciou dois conceitos para o abrigo: um abrigo completo, com banco e totem informativo, direcionado para as áreas com estrutura maior. E outro, o abrigo compacto, com barra de encosto e totem rotacionado, para locais onde não há espaço suficiente. Os dois projetos respeitam a NBR 9050, da ABNT, com espaço dedicado aos cadeirantes, como também a altura do abrigo e o piso tátil. Para a estética e formato, a referência foi baseada na cultura/arquitetura locais, fortemente expressas pelas tradições alemãs e polonesas (MULLER; KEIL; SCHLEMMER, 2015, p. 01).

A aplicação do modelo UrbeID, neste primeiro teste, baseou-se nas informações coletadas no primeiro semestre de 2015, quando se perceberam diversas deficiências e problemas relatados nas administrações em edições anteriores. A principal delas é que, mesmo que houvesse uma real motivação, intensão e capacidade para levantar questões pertinentes aos locais de paradas de ônibus, mesmo assim, a alteração dos mesmos depende de verbas municipais. Essas estão cada vez menores e, conseqüentemente, as pessoas continuam a aguardar o transporte público em locais inapropriados. Mesmo assim, o levantamento, a pesquisa, os resultados foram apresentados e entregues à Prefeitura Municipal de Rio Negrinho e assessores responsáveis em agosto de 2015.

A metodologia proposta e aplicada demonstrou ser viável às necessidades e proposições previstas em projeto, segundo a avaliação técnica da Prefeitura Municipal (engenheiro, arquitetas, secretário de obras e prefeito), como se observa no relato da sua aplicação. (Validação externa, item 6.2.3)

Não foi, no entanto, realizada uma avaliação com a população local, para verificar se o modelo propiciaria um comportamento de pertencimento dos cidadãos em relação ao lugar, a partir das propostas apresentadas.

Em 2016, não se obteve a participação das prefeituras municipais ao final do projeto (por se tratar de período imediatamente posterior às eleições municipais, onde os prefeitos não foram reeleitos). Dessa forma, não foi possível obter a avaliação do projeto apresentado em sala de aula.



## 7.2 AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS PELA PESQUISADORA

Como a pesquisa conta com a participação da pesquisadora em conjunto com seus estudantes, que na *Design Science Research* é considerado como uma modalidade de pesquisa-ação (LACERDA et al., 2017).

Os resultados obtidos com os testes realizados foram considerados de modo a contemplar três aspectos investigativos:

1. Adequação à necessidade da demanda, apresentada pelos interessados em projetos urbanos: população e administradores municipais;
2. Cumprimento dos objetivos previamente estabelecidos pelos interessados: população, administradores municipais e designers;
3. Atender aos desejos da população alvo das investigações e de realização de projetos público de uso comunitário gratuito.

O resultado dos testes realizados apontou uma aceitação geral por parte dos pesquisados, em relação aos aspectos de adequação à necessidade e quanto ao cumprimento dos objetivos. Somente na avaliação do atendimento aos desejos da população do teste 2 a resposta foi negativa, como no Quadro 5, quadro do desempenho de objetivos nas avaliações realizadas.

Quadro 5 – Quadro do desempenho de objetivos nas avaliações realizadas.

	<b>Necessidades a cumprir</b>		
	Adequação à necessidade demandada	Cumprimento dos objetivos previamente estabelecidos	Atender aos desejos da população alvo
Teste 1	✓	✓	✓
Teste 2	✓	✓	✗

Fonte: A autora (2017).

No entanto, considera-se que esse resultado foi decorrente da mudança na orientação preliminar do projeto, estabelecida pela alteração do objeto de pesquisa (lixeira), e não com respeito ao modelo UrbelD.

Assim, com base nesses três testes, verificou-se que o modelo UrbelD apresenta a possibilidade de aplicação diante nas cidades pesquisadas e em outras cidades similares. Não se tem condições de afirmar como a sua aplicação se daria

em cidades de grande porte, já que a sua aplicação se deu em duas cidades de médio porte e similares. Nesse sentido, outras aplicações em diferentes localidades seriam importantes para a sua comprovação mais ampla.

Pode-se também perceber com a realização dos testes que o UrbeID proposto nem sempre poderá ser aplicado de forma completa. Dessa forma, pensa-se que ele poderá ser aplicado gradativamente, com a apropriação de dados já existentes. Essa forma agilizaria a aplicação da pesquisa sem mascarar os resultados ao final e, dessa forma, quando as etapas do projeto não puderem se desenvolver de forma completa, é possível que ele seja replicado de forma diversa, conforme as necessidades dispostas em cada fase do projeto.

Outra observação relevante é que o modelo pode ser aplicado de forma fracionada, desde que o(s) resultado(s) da(s) fase(s) anterior(es) seja(m) perfeitamente compreendida(s) e realizada(s).

Como fator positivo, considera-se, também, que com a utilização constante dos mesmos dados, dos integrantes na elaboração deles e o envolvimento comprometido das diversas partes resultaria em uma união de interesses comunitários, aproximando os cidadãos da administração municipal.

Portanto, é possível aplicar o modelo de forma simplificada, desde que se tenham os dados das fases anteriores para serem replicadas no momento posterior. No entanto, percebe-se que o modelo completo deverá ser aplicado caso os dados apresentem novas informações, atualizações e/ou aplicações, o que poderia comprometer o resultado final da análise.

Outro aspecto a ser considerado na aplicação do modelo refere-se à aceitação de todos os membros pelas tomadas de decisão a serem feitas. Já que isso nem sempre é possível, propõe-se que pelo menos as visões do governo e da comunidade sejam investigadas e consideradas ao longo do projeto. Sendo assim, é também importante que a comunidade seja representada significativamente (líder comunitário), conferindo garantia de que ela é a responsável pela ação ou empreendimento e trazendo também para si a responsabilidade de que se algo não ocorrer conforme a sua preferência; ela é a principal responsável. Pensa-se que para que isto ocorra, o governo ou governança, que responde pela intenção da ação, deve ser concordante com os resultados propostos e igualmente responsabilizado pela sua eventual ineficiência, total ou parcial.

Além disso, considera-se que pesquisas devam ser realizadas a seguir da definição da Etapa 2, em espaços de tempo pré-determinados, garantido, assim, a efetividade da ação ao longo do tempo. Isso permitiria a eliminação de possíveis problemas com o equipamento urbano, caso seja percebida que a solução foi indevida, inapropriada, inadequada ou que as motivações não sejam mais desejáveis, praticáveis ou viáveis.

Ao final de cada uma das etapas, verificou-se a necessidade de uma ou mais avaliações do grupo de designers e participantes do projeto com respeito aos resultados obtidos. O objetivo dessas avaliações seria avaliar os processos, verificando se há a necessidade de reavaliar a etapa, se houve alguma mudança de estado geral de avaliação e de execução das obras já realizadas. Esse procedimento deve ser realizado a cada projeto executado, tendo em vista a modificação da dinâmica aplicada a cada fase e a cada projeto.

Considera-se ainda que projetos, que são executados periodicamente, ou fazem parte de um outro projeto, em que parte dele pode ser revertido no projeto atual, deveriam passar pela avaliação geral final deste modelo, em todas as etapas realizadas deste modelo.

Dessa forma, futuras alterações poderão ser introduzidas desde que sigam uma metodologia aplicada em projetos territoriais e que tenham em sua base as questões emocionais a serem avaliadas.

## 8 CONCLUSÃO

Com base na literatura, os testes apresentaram que o modelo UrbelD pode ser aplicado a espaços urbanos, sendo que os resultados consideraram municípios de pequeno porte. Pressupõe-se que para a aplicação em municípios de grande porte, devam ser considerados espaços de menor dimensão, como um distrito, bairro. Pesquisas posteriores poderiam verificar a possibilidade de sua utilização para uma cidade de grande porte, já que nesses territórios se desenvolvem atividades humanas e são estabelecidos vínculos a partir do vivido, sentido, percebido e concebido, produzindo conhecimento e reconhecimento.

Como o modelo objetiva a construção de um aspecto cultural, resultante da existência e reelaboração do imaginário de seus cidadãos, no sentido de estimular uma identidade social positiva, com ligações afetivas positivas entre seus membros, os projetos realizados não avaliaram esses aspectos, devendo ser incluídos em uma etapa posterior. Para isso, sugere-se a aplicação do modelo proposto por Desmet, de avaliação das emoções.

Com respeito à gestão de design, o modelo demonstrou que pode ser adotado para a criação de capital cultural, com os equipamentos urbanos que podem trazer aspectos inovadores, por intermédio do modelo UrbelD, orientado para o nível de design tático, para o desenvolvimento desses equipamentos.

O *briefing* de projeto proposto levou em conta principalmente o capital humano, pois se tratou de um modelo experimental sem uma aplicação prática posterior concreta, na qual deveria se levar em conta outros aspectos, tais como: tecnologia, os recursos físicos e sua gestão; as formas de governança e seus atores e os mercados e relações com o mundo exterior ao lugar.

Importantes foram os aspectos intangíveis de relacionamentos, conhecimento, confiança, cultura, interagidos pelos designers e atores do processo, tanto em relacionamentos pessoais quanto em relação ao espaço físico vivenciado.

Para tanto, os elementos morfológicos naturais e construídos foram considerados no projeto. O aspecto cultural presente no imaginário do cidadão, por meio de sua identificação pessoal e nas ligações afetivas entre pessoas e lugares.

Desta forma, o lugar (território) está profundamente ligado à emoção, às experiências vividas e por vezes materializadas.

Assim, do ponto de vista do design visando à emoção com o intuito explícito de promover o despertar ou o evitar determinadas emoções, o modelo não pode ser avaliado na sua totalidade, pressupondo uma nova abordagem científica. Porém, de acordo com as entrevistas realizadas, as necessidades e desejos do usuário podem ser considerados atendidos, induzindo ao design operacional.

É quando finalmente o espaço urbano é compartilhado, projetado e articulado pelo usuário, apoiando-se no design tático, oportuniza a atribuição de valor a esse, por meio da inovação e propiciando melhorias econômicas e de qualidade de vida, atribuindo valor ao capital territorial.

Para tanto, quando o capital territorial é considerado desde o *briefing* do projeto, esse insere os elementos de identidade de projeto, podendo ser típicos do lugar ou das pessoas que ali vivem. Fortalecem os laços emocionais típicos à linguagem do lugar, às características simbólicas e culturais daqueles que ali vivem, intensificando sentimentos de segurança, proximidade e conforto.

Com a aplicação de gatilhos emocionais, apoiados na participação dos atores, percebe-se que o modelo UrbeID, proposto nesta tese, fundamenta-se na visão das emoções positivas. Pois se adapta às variações quando à sua origem e capacidade de medição de cada evento, tempo ou aspiração coletiva. Essas devem fazer parte das especificações do projeto, uma vez que, inicialmente, consideram as intenções dos participantes (habitantes e pessoal técnico das prefeituras)

Finalmente, considera-se que, a relação de co-pertença entre ser e pensar, de um espaço e tempo simbólicos foram verificados nas entrevistas realizadas. Os laços de solidariedade, ao propor elementos para o desenvolvimento do projeto, foram observados nessa etapa. Considera-se, porém, que para que as emoções positivas se mantenham, outros mecanismos devem ser propostos para que a comunidade possa aderir, comparar, fazer escolhas e fazê-las constantemente, reavaliando as já tomadas e conciliando demandas contraditórias, para a construção e manutenção de princípios de distinção, continuidade, autoestima e auto eficácia.

Concluindo, esta tese teve como objetivo inicial propor um modelo de projeto para o design de equipamentos urbanos com base na noção de pertencimento, de modo a responder a pergunta: *Como projetar objetos e serviços de design, destinados a espaços públicos, que criem ou ampliem a percepção de pertencimento a esse lugar?*

Essa pergunta de pesquisa foi delineada a partir de investigações prévias junto aos espaços públicos urbanos, onde se investigou porque esses não eram utilizados ou não demandavam cuidados por parte dos usuários. Normalmente esses locais são propostos pelo pessoal efetivo de prefeituras e formados por arquitetos e engenheiros civis. Além dos designers, que habitualmente não atuam nas prefeituras, percebeu-se que a população não era envolvida nos projetos. Compreendeu-se então que existe uma falha de continuidade em projetos dessa natureza, cujos atores nem sempre estão alinhados objetivando planejar para projetar objetos e serviços de design destinados a criar ou ampliar a percepção de pertencimento.

Dessa forma, tendo em vista a contribuição para o campo da gestão de design, no seu nível tático, essa tese busca aumentar a noção de pertencimento dos cidadãos de um território a partir do desenvolvimento de equipamentos urbanos que, afetivamente, a ele se vinculam.

O trabalho considerou na sua constituição geral, parâmetros que promovessem a valorização do território urbano a partir das percepções de identidade e pertencimento territorial. Para isso, os atores considerados no projeto foram incluídos e a abordagem participativa tomada como um dos pontos focais.

Atendendo ao objetivo específico de identificar as emoções que se desenvolvem em relação a esse território, buscou-se na literatura elementos, sendo eles definidos como as de conforto, segurança e laços sociais. E para entender como as emoções reforçam ou anulam o pertencimento ao território, utilizaram-se os impulsionadores do pertencimento a um lugar. Para esses assuntos pesquisou-se nas áreas da psicologia positiva, da antropologia, da sociologia, da geografia, da arquitetura, e particularmente na gestão do design. Nelas, buscou-se identificar quais os condutores para mudanças comportamentais que atrelassem a emoção e o lugar, a fim de causar uma sensação de pertencimento e identificação únicos, as diretrizes para identificar e avaliar as características do lugar em estudo, e as condições sociais de abrangência e de funcionamento que possibilitavam o comportamento esperado.

Os temas que mais se aproximavam do objetivo da tese foram considerados: a percepção de pertencimento a um determinado lugar e que tivesse convergência aos conteúdos correlatos ao design: design visando à emoção, design territorial, pertencimento e apego a um lugar, impulsionadores, atores e fatores

componentes da emoção em relação ao lugar e modelos similares. A partir desses assuntos, foi possível dar apoio ao tema central desta tese.

A estrutura do UrbelD se apoiou também em projetos de design que apresentassem algumas semelhanças: *Medesign forme del Mediterraneo*, o modelo *GreenKeys*, o projeto TSTP e o projeto Celaschi e Krucken. A partir desses, foi criada uma estrutura própria, considerando as características encontradas no local do estudo, na estrutura administrativa e nas comunidades. Com isso, pôde-se estabelecer uma estrutura em que fossem tomadas as decisões que propiciassem a formação da competência estratégica, da identificação do público alvo, definição das prioridades e compusessem as estratégias a serem adotadas.

A partir do suporte investigativo, a respeito das temáticas relacionadas à pesquisa, foi possível a estruturação do modelo UrbelD, detalhado nessa tese, que observa quatro etapas orientadoras de projetos para a geração da noção de pertencimento: formação de parceria de competência; identificação do público alvo do território; definição de prioridades; e composição de requisitos, como abaixo (Figura 55).

Figura 55 – Etapas do modelo UrbelD



Fonte: A autora (2017)

Para cada uma delas, foram estabelecidos os seguintes processos relacionados às etapas acima: a) **Etapa 1**: Processo 1 – definição de competências; Processo 2 – identificação dos atores (do território); Processo 3 – estabelecimento do grupo estratégico; Processo 4 – Identificação e definição de sistema de relacionamento; Processo 5 – Análise preliminar; Processo 6 – avaliação dos resultados; b) **Etapa 2**: Processo 1 - mapeamento do território; Processo 2 –

avaliação dos resultados; **Etapas 3:** Processo 1 – visão do governo e da comunidade; Processo 2 – avaliação dos elementos encontrados e identificados; Processo 3 – avaliação dos resultados; **Etapas 4:** Processo 1 - elaboração de diretrizes; Processo 2 - construção de cenários futuros; Processo 3 – visualização de novas oportunidades; Processo 4 – sugestão de métodos, técnicas e ferramentas; e Processo 5 – avaliação de resultados. Esses estão também descritos detalhadamente no corpo deste documento.

A proposta do UrbelD considera a etapa quando são elaboradas premissas de projeto, construídas as equipes com membros que demonstrem interesse e órgãos municipais que apoiem, autorizem e participem desse tipo de projeto.

Para a sua validação contou, na sua metodologia, com a aplicação do modelo em três testes, realizados nas cidades de Rio Negrinho e São Bento do Sul, Santa Catarina; o segundo, com a aplicação de questionários junto aos moradores, para a identificação de compreensão dos três fatores determinantes na noção de pertencimento, considerados na revisão da literatura: segurança, laços sociais e conforto.

Os testes em que o UrbelD foi utilizado como projeto para a proposição de equipamentos urbanos para as duas cidades foram realizados com a participação das prefeituras municipais e dos estudantes de design do sétimo período da Universidade do Contestado. Neles foram considerados dados informativos sobre a identidade do local, grupos comunitários, redes de vizinhos, com a participação de membros da comunidade e seus líderes.

Além disso, a fim de se confirmar o modelo como base para o desenvolvimento da noção de pertencimento, a partir dos três fatores selecionados (conforto, segurança e laços sociais) foi realizada a aplicação de um questionário junto à população local, para a avaliação da percepção das prioridades destacadas como aspirações da população. Ele foi aplicado em outubro de 2016, apoiado pela Secretaria Municipal de Educação, que convidou os pais de alunos da rede municipal a responder à consulta. A aplicação do questionário abrangeu a cidade de São Bento do Sul e como resultado, obteve-se a confirmação do entendimento dos itens segurança, laços sociais, e conforto, como mais relevantes para a criação e consolidação da percepção de pertencimento a um lugar.

Destaca-se que uma colaboração extraordinária foi realizada pelas prefeituras municipais (Rio Negrinho e São Bento do Sul) e acadêmicos do curso de



Design da UnC (Rio Negrinho), que permitiu superar a maioria das limitações enfrentadas neste estudo.

O resultado dos projetos desenvolvidos pelos estudantes foi também apresentado à comunidade acadêmica e à administração municipal em 2015. Em 2016, ela ocorreu junto à comunidade acadêmica e ao Consórcio Intermunicipal do Quiriri. Na ocasião, não foi apresentado à administração municipal, por questões de falta de disponibilidade de tempo em razão da campanha eleitoral de prefeitos e equipes administrativas.

Como consequência do projeto, é possível salientar que alguns resultados foram perceptíveis nessa pesquisa, embora não constituíssem seu escopo:

1. Participantes se sentem agrupados pelo lugar ao qual tem interesses comuns e tendem a cuidar do que estimam, de uso particular ou coletivo;
2. É possível agrupar pessoas que nem se conhecem, em um objetivo comum, conforme suas necessidades, partindo de desejos comuns;
3. Os participantes, conforme, o grau de apropriação do lugar, tendem a se sentir responsáveis pelo lugar comum, manutenção, limpeza, aparência, cuidados com o objeto.

A contribuição desta pesquisa, portanto, pode ser considerada em várias vertentes:

- para o campo da gestão de design para as cidades, com a possibilidade de uso do modelo UrbelD na fase de projeto de equipamentos urbanos;
- para os designers, arquitetos, urbanistas e profissionais ligados ao design de produtos para a cidade, como uma ferramenta que aumenta a noção de pertencimento dos seus cidadãos;
- para a população como um todo, com o seu fortalecimento e inclusão no processo decisório no que se refere aos equipamentos de uso urbano;
- para o poder público municipal na melhoria do atendimento a demandas da população.

Como resultado dessa investigação, percebeu-se que há um real interesse das partes envolvidas: prefeitura, usuários e designers. No entanto, essas partes pouco interagem e o que se percebe é que menos ainda se comunicam. Além disso, o estudo aqui apresentado, pode ser afetado pelo fato de que a passagem da

metodologia proposta para as administrações municipais nem sempre considera uma continuidade de ações administrativas entre os mandatos de prefeitos.

Este estudo foi desenvolvido em conjunto com prefeituras municipais, o que impõe um andamento limitado ao interesse participativo, mudanças de governos e políticas governamentais, além de mudanças econômicas impostas por questões de orçamento limitado. No entanto, essas limitações iluminaram a questão central, que não é a administração em si, mas do pessoal que a pratica. Ao longo desta pesquisa, ficou claro que os administradores municipais tinham real interesse em identificar as demandas da população, no entanto nem sempre (ou quase nunca), perguntam a ela. E o que é mais grave, se o fazem, nem sempre recebem resposta.

A interação entre as partes para concretização de melhores resultados poderia ser alcançada com a utilização de um modelo como o apresentado nesta tese, que busca integrar a população e a administração pública com o objetivo de proporcionar melhorias para a população, mas justapõe responsabilidades e participações a todos os envolvidos.

O design, que já atuou em diversas áreas, hoje participa de um contexto mais abrangente, onde o processo projetual de design passa a atuar de forma subjetiva. Para tanto, o design faz parte do processo de desenvolvimento regional, interagindo com a governança (da municipal à nacional), e buscado para resolver problemas em questões ambientais, sociais, e tantas outras. Consequentemente, é necessário desenvolver profissionais que estejam capacitados a atuar nessas áreas transdisciplinares, com equipes formadas por especialistas e estrategistas.

Uma atuação em que foi verificada essa deficiência foi em projetos públicos desenvolvidos em escolas de design para haver a interação entre essas áreas e proporcional ao conhecimento demandado.

Concluindo, o estudo busca aproximar áreas que não associam áreas do design territorial e design emocional. A busca pela integração dessas áreas subjacentes contribui para a adequação da profissão às exigências dessa nova sociedade. Com o seu objetivo principal de identificar como o design pode auxiliar em projetos urbanos, propõe um modelo em que o designer pode atuar como protagonista de uma ponte entre esses setores, com o objetivo de projetar equipamentos urbanos que se adequem a uma necessidade existente e detectada.

## REFERÊNCIAS

ABRAMS, Dominic; HOGG, Michael A. **Social identity theory**: constructive and critical advances. London: Prentice-Hall, 1990.

AKERLOF, George A.; KRANTON, Rachel E. Economics and identity. **The Quarterly Journal of Economics**, v. 115, n. 3, p. 715-753, Aug. 2000. Disponível em: <econ.duke.edu/~rek8/economicsandidentity.pdf>. Acesso em: 29 maio 2013.

ALTMAN, Irwin; LOW, Setha M. (Ed.). **Place attachment**. New York: Springer Science & Business Media, 2012.

ALVES, Glória da Anunciação. **Cidade, Cotidiano e TV**. In: DUARTE, M. de B.; MATIAS, Vandeir Robson da Silva. Reflexões sobre o espaço geográfico a partir da fenomenologia. **Caminhos de Geografia: revista online**, v. 17, n. 16, p. 190-196, out. 2005.

AMARAL, Ana Lúcia. Pertencimento. In: AMARAL FILHO, Adilson Paulo Prudente do et al. **Dicionário de direitos humanos**. Brasília: Escola Superior do Ministério Público da União, 2006.

ANDRANOVICH, Gregory D.; RIPOSA, Gerry. **Doing urban research**. London: Sage, 1993.

ATHIAS, Renato. **A noção de identidade étnica na antropologia brasileira**: de Roquette Pinto a Roberto Cardoso de Oliveira. Recife: Ed. Universitária UFPE, 2007.

AUGÈ, Marc. **Não-Lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. São Paulo: Papirus, 2007.

BAENINGER, Rosana. Tendências do crescimento demográfico nos aglomerados urbanos. In: RASSI NETO, Elias; BÓGUS, Cláudia Maria (Orgs.). **Saúde nos aglomerados urbanos**: uma visão integrada. Brasília : Organização Pan-Americana da Saúde, 2003. p. 97-134

BAUMAN, Zygmunt. **Confiança e medo na cidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

\_\_\_\_\_. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2005.

\_\_\_\_\_. **Medo líquido**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

\_\_\_\_\_. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_; MEDEIROS. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BAXTER, Mike. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. 2.ed. São Paulo: Edgard Blüncher, 1998.

BONSIEPE, Gui; KELLNER, Petra; POESSNECKER, Holger. **Metodologia experimental**: desenho industrial. Brasília: CNPq, 1984.

BOWLBY, John. **Attachment and loss**: volume 2: separation anxiety and anger. London: Penguin, 1973.

BRASIL. **Embratur**. 2014. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas\\_noticias/20140417-1.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140417-1.html)>. Acesso em: fev. 2015.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Embratur**, 2014. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas\\_noticias/20140417-1.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140417-1.html)>. Acesso em fev. 2015.

BRITO, Fausto; HORTA, Cláudia Júlia Guimarães; AMARAL, Ernesto Friedrich de Lima. A urbanização recente no Brasil e as aglomerações metropolitanas. In: IUSSP General Conference, 24. 2001. Salvador. **Anais...** Salvador, 2001. p. 168-184.

BROWN, Barbara B.; PERKINS, Douglas D. Disruptions in place attachment. In: ALTMAN, I.; LOW, S. M. (Eds). **Place attachment**. Boston, MA: Springer, 1992. p. 279-304.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. BROWN, Graham. Incivilities, place attachment and crime: Block and individual effects. **Journal of environmental psychology**, v. 24, n. 3, p. 359-371, 2004.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. Place attachment in a revitalizing neighborhood: individual and block levels of analysis. **Journal of environmental psychology**, v. 23, n. 3, p. 259-271, 2003.

BROWN, Tim; WYATT, Jocelyn. Design thinking for social innovation. **Development Outreach**, v. 12, n. 1, p. 29-43, 2010.

BRUINSMA, Max. **We do not need new forms, we need a new mentality**. Belgium, Alden, 1995. Disponível em: <<http://maxbruinsma.nl/index1.html?idem.htm>> Acesso em: abr. 2007.

BUCHANAN, Richard. Design and the new rhetoric: productive arts in the philosophy of culture. **Philosophy and Rhetoric**, v. 34, n. 3, p. 183-206, 2001.

BURNS, Aušra. Emotion and urban experience: implications for design. **Design Issues**, v. 16, n. 3, p. 67-79, 2000.

CAES, Valdinei. A concepção de indivíduo segundo Kierkegaard. In: SEMINÁRIO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM FILOSOFIA DA UFSCar, 7. São Carlos, SP. **Anais...** São Carlos, SP: UFSCar, 2011.

CAMPBELL, Catherine; JOVCHELOVITCH, Sandra. Health, community and development: towards a social psychology of participation. **Journal of community and applied social psychology**, v. 10, n. 4, p. 255-270, 2000.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A cidade**: o homem e a cidade, a cidade e o cidadão: de quem é o solo urbano. São Paulo: Contexto, 2003.

\_\_\_\_\_. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.

CASEY, Edward S. **Getting back into place**: towards a renewed understanding of the place-world. Bloomington: Indiana University Press, 1993.

\_\_\_\_\_. **The fate of place**: a philosophical history. Berkeley: University of California Press, 1997.

CASTELLS, Manuel. **La sociedad red**: una visión global. Madrid, Espanha: Alianza Editorial, 2006.

\_\_\_\_\_. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CATANIA, C. **Design, territorio e sostenibilità**: ricerca e innovazione per la valorizzazione delle risorse locali. Milano: Franco Angeli, 2011.

CELASCHI, F.; KRUCKEN, L., Design driven actions for the valorization of territorial resources: the challenge of evaluating and measuring the results In: **Workshop Policy Innovation Design, Sharing Experience Europe, Firenze**. 2010. Disponível em: <<http://www.seeplatform.eu/thematicworkshopflorence>>.

CERTAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. **L'invention du quotidien**: tomo 1: arts de faire. Paris: Uge, 1980.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. **L'invention du quotidien**: Habiter, cuisiner. Paris: Gallimard, 1994.

CHAVES, Norberto. **La imagen corporativa**. Barcelona: G. Gili, 1990.

CHESHMEHZANGI, Ali; HEAT, Tim. Urban identities: influences on socio-environmental values and spatial inter-relations. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 36, p. 253-264, 2012.

COELHO, Luiz Antonio L. **Conceitos-chave em design**. Rio de Janeiro: Novas Ideias, 2008.

COSTA, Carlos Smaniotto. Áreas verdes: um elemento chave para a sustentabilidade urbana: a abordagem do Projeto GreenKeys. **Arquitextos**, v. 11, nov. 2010.

COSTA, Carlos Smaniotto et al. (Eds.). **GreenKeys @ Your city**: a guide for urban green quality. Dresden: IÖR, 2008.

COSTA, Rogério Haesbaert. **Des-territorialização e identidade**: a rede gaúcha no Nordeste. Rio de Janeiro: Editora da Universidade Federal Fluminense, 1997.

\_\_\_\_\_. Desterritorialização: entre as redes e os aglomerados de exclusão. In: CASTRO, Iná Elias de et al. **Geografia: conceitos e temas**. 3.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001, p. 165-205.

CRESWELL, John W.; POTH, Cheryl N. **Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches**. Sage publications, 2017.

CRISTALLO, V. Sul rapporto tra territorio, cibo e design. In: CRISTALLO, V. et al (Org.). **Design e sistema prodotto alimentare territoriale: una sperienza territoriale de ricerca-azione**. Napoli: Clean Edizioni, 2003.

CRUZ, Ângelo Fernando da. **O espaço territorial na ótica do design estratégico: construção de cenários urbanos para a cidade de Canoas-RS**. 2012. 185 f. Dissertação (Mestrado). Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Design. São Leopoldo, 2012.

CURITIBA (PR). Prefeitura Municipal. **Curitiba fica em 5.º lugar em lista de melhores destinos turísticos indutores do Brasil**. 16 dez. 2014. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/curitiba-fica-em-5-lugar-em-lista-de-melhores-destinos-turisticos-indutores-do-brasil/35119>>. Acesso em: fev. 2015.

DAMASIO, António R. **Ao encontro de Espinosa: as emoções sociais e a neurologia do sentir**. Lisboa: Temas e Debates, 2012.

\_\_\_\_\_. **O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano**. Tradução Dora Vicente e Georgina Segurado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

DAMAZIO, Vera. **Design e emoção: alguns pensamentos sobre artefatos de memória**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 7. Curitiba. **Anais...** Curitiba: UFPR, 2006.

DE ELIZAGARATE, Victoria. **Marketing de ciudades**. Madrid, Spain: Alcaná Libros, 2003.

DE LA ESPRIELLA, Carlos. Designing for equality: conceptualising a tool for strategic territorial planning. **Habitat International**, v. 31, n. 3-4, p. 317-332, 2007.

DEMARCHI, Ana Paula Perfetto. **Gestão estratégica de design com a abordagem de design thinking**: proposta de um sistema de produção do conhecimento. 2011. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Florianópolis, 2011.

DEMIR, Erdem; DESMET, Pieter M.A. ; HEKKERT, Paul. Appraisal patterns of emotions in human-product interaction. **International Journal of Design**, v. 3, n. 2, 2009.

DESMET, Pieter M.A. Airport experience workshop: theoretical background. In: DESMET, P.; VAN ERP, J.; C. HU; VAN DER VEEN, L. (Eds.), **Enriching experiences**. Rotterdam: Veenman Publishers, 2008, p. 36-42.

\_\_\_\_\_. **Designing emotions**. Belgie: Delft University of Technology, Department of Industrial Design, 2002.

\_\_\_\_\_. Three levels of product emotion. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON KANSEI ENGINEERING AND EMOTION RESEARCH. 2010. Paris. **Proceedings...** Paris, 2010. p. 236-246.

\_\_\_\_\_; HEKKERT, Paul. Framework of product experience. **International journal of design**, v. 1, n. 1, 2007.

\_\_\_\_\_; PORCELIJN, Rick; VAN DIJK, M. B. Emotional design; application of a research-based design approach. **Knowledge, Technology & Policy**, v. 20, n. 3, p. 141, 2007.

\_\_\_\_\_; VASTENBURG, Martijn H.; ROMERO, Natalia. Mood measurement with Pick-A-Mood: review of current methods and design of a pictorial self-report scale. **Journal of Design Research**, v. 14, n. 3, p. 241-279, 2016.

DIAS, Maria Regina Álvares Correia. **Percepção dos materiais pelos usuários: modelo de avaliação Permatius**. 2009. 368 f. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Florianópolis, 2009.

DINIZ, Clélio Campolina; LEMOS, Mauro Borges. **Economia e território**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

DUARTE, Ana Patrícia et al. Análise dos conteúdos da identidade associada ao lugar. **Psicologia**, n. 1-2, p. 193-226, 2005. Disponível em <[http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?pid=S0874-20492005000100009&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?pid=S0874-20492005000100009&script=sci_arttext)>. Acesso em: 03 set. 2014.

DUBBERLY, Hugh. **How do you design**: a compendium of models. San Francisco, CA: Dubberly Design Office, 2004.

DUNNETT, Nigel; QASIM, Muhammad. Perceived benefits to human well-being of urban gardens. **HortTechnology**, v. 10, n. 1, p. 40-45, 2000.

EL MARGHANI, Viviane Gaspar Ribas et al. Kansei Engineering: metodologia orientada ao consumidor para suporte a decisão de projeto. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE GESTÃO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO, 8. Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: EFGRS, 2011.

\_\_\_\_\_. **Modelo de processo de design**: no nível operacional. 2010. 244 f. (Tese em Engenharia Aeronáutica e Mecânica, Área de produção) – ITA, São José dos Campos, 2010.

FAGNONI, Raffaella; GAMBARO, Paola; VANNICOLA, C. **Medesign**: forme del Mediterraneo. Itália: Alinea, Firenze, 2004.

FANZINI, Daniele et al. The Italian cultural district as a model for sustainable tourism and territorial development. **Journal of Tourism Challenges and Trends**, v. 5, n. 2, p. 11-34, 2012.

FARIA, Caroline. Espaço geográfico. In: Info Escola. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/geografia/espaco-geografico>>. Acesso em:

FARRELL, Gilda; THIRION, Samuel. A competitividade dos territórios rurais à escala global: conceber uma estratégia de desenvolvimento territorial à luz da experiência Leader. **Caderno Inovação em meio rural**, n. 6, 2001. Disponível em: <<http://www.fao.org/sard/static/leader/pt/biblio/global.pdf>>. Acesso em: maio 2013.

FELIPPE, Maíra Longhinotti et al. O apego ao lugar no contexto dos estudos pessoa-ambiente: Práticas de pesquisa. **Estudos de Psicologia**, v. 29, n. 4, p. 609-617, 2012.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010.

FICKER, Carlos. **São Bento do Sul**: subsídios para sua história. Joinville: Ipiranga, 1973.

FLORIDA, Richard; TINAGLI, Irene. **Europe in the creative age**. Pittsburgh, PA: Carnegie Mellon Software Industry Center, 2004.

FLUSSER, Vilém; CARDOSO, Rafael. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOGG, Brian J. A behavior model for persuasive design. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON PERSUASIVE TECHNOLOGY, 4. 2009. New York, NY. **Proceedings...** New York, NY: ACM, 2009, p. 40.

FORLIZZI, Jodi. Designing for experience: an approach to human-centered design. 1997. 42 f. Thesis (Master of Design in Interaction Design) - Carnegie Mellon University. College of Fine Arts. Department of Design. Pittsburgh, PA, 1997.

FORTUNA, Carlos. Patrimônio, turismo e emoção. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 97, p. 23-40, 2012.

FRASCARA, Jorge. The dematerialization of design: a new profile for visual communication design. **TipoGráfica**, p. 18-25, Nov. 2001.

FREDRICKSON, Barbara L.; BRANIGAN, Christine. Positive emotions broaden the scope of attention and thought-action repertoires. **Cognition & emotion**, v. 19, n. 3, p. 313-332, 2005.

FREIRE, Karine. Reflexões sobre o conceito de design de experiências. **Strategic Design Research Journal**, v. 2, n. 1, p. 37-44, 2009.



FREITAS, Ranielder Fábio de; CARVALHO, Cintya Oliveira de; MENESCAL, Richarley Evangelista. Design emocional e o designer como interpretador de desejos e necessidades: revisão de literatura. **Estudos em Design**, v. 18, n. 1, 2015.

FRIJDA, Nico H. **The emotions**. London: Cambridge University Press, 1986.

FURTADO, O. Espaço público: direito de todos. In: JARDIM, Ana Paula Pereira et al. **Psicologia e mobilidade**: o espaço público como direito de todos. Brasília: CFP, 2010. p. 27-40.

FUZZI, Ludmila Pena. **Metodologia científica**: pesquisa de campo, normas, arquivologia, 2012.

GEHL, Jan. **Cidades para pessoas**. São Paulo: Perspectiva, 2013.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Edusp, 1991.

GIULIANI, Maria Vittoria. O lugar do apego nas relações pessoas-ambiente. In: TASSARA, E. T.; RABINOVICH, E. P.; GUEDES, M. C. (Orgs.). **Psicologia e ambiente**. São Paulo, Educ. 2004. p. 89-106.

\_\_\_\_\_. Theory of attachment and place attachment. In: BONNES, Mirilia; LEE, Terence; BONAIUTO, Marino (Ed.). **Psychological theories for environmental issues**. London: Taylor & Francis Group, 2003.

GOODWIN, Kim. **Designing for the digital age**: how to create human-centered products and services. Indianapolis: Wiley Publishing, 2009.

GOSPODINI, Aspa. Urban morphology and place identity in European cities: built heritage and innovative design. **Journal of Urban design**, v. 9, n. 2, p. 225-248, 2004.

GREEN, W.S.; JORDAN, P.W. (Eds.). **Human factors in product design**: current practice and future trends. London: Taylor & Francis, 1999.

GROSSKOPF, Mateus Buhner et al. **Projeto lixeira**. 2015. Trabalho Técnico da Disciplina (Disciplina Design de Produto 4 Curso de Design) – Universidade do Contestado. Rio Negrinho, 2015.

GUERREIRO, Maria Manuela. O papel da cultura na gestão da marca das cidades. **Caderno Profissional de Marketing-UNIMEP**, v. 2, n. 2, p. 1-11, 2015.

HACK, Amanda et al. **Projeto de mobiliário urbano, abrigo para ponto de ônibus em Rio Negrinho**. 2015. Trabalho Técnico da Disciplina (Disciplina Design de Produto 4 Curso de Design) – Universidade do Contestado. Rio Negrinho, 2015.

HACKBART, Ariane et al. **Projeto de ponto de ônibus VerBIN**. 2015. Trabalho Técnico da Disciplina (Disciplina Design de Produto 4 Curso de Design) – Universidade do Contestado. Rio Negrinho, 2015.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HEIJDEN, Hans van der. User acceptance of hedonic information systems. **MIS quarterly**, v. 28, n. 4, p. 695-704, dec. 2004.

HEKKERT, Paul. Design aesthetics: principles of pleasure in design. **Psychology science**, v. 48, n. 2, p. 157, 2006.

HENRIQUE, Jonas. **Como surgiram as primeiras cidades?** 06 jul. 2011.  
Disponível em: <[http://jonashenriquelimawordpress.com/2011/07/06/como\\_surgiram\\_as\\_primeiras\\_cidades](http://jonashenriquelimawordpress.com/2011/07/06/como_surgiram_as_primeiras_cidades)>.

HIDALGO, M. Carmen; HERNANDEZ, Bernardo. Place attachment: conceptual and empirical questions. **Journal of environmental psychology**, v. 21, n. 3, p. 273-281, 2001.

HILLMAN, James. **Cidade & alma**. São Paulo: Stúdio Nobel, 1993.

HINDRICHSON, Patricia Hartmann; FRANZATO, Carlo. Design de Cenários: uma tecnologia para promover o compartilhamento de conhecimentos em redes de projeto. **Revista D.: design, educação, sociedade e sustentabilidade**, v. 4, n. 1, p. 155-168, 2014.

HOBSBAWN, Eric. **Nações e nacionalismos desde 1780**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

HOLANDA, Adriano. Questões sobre pesquisa qualitativa e pesquisa fenomenológica. **Análise psicológica**, v. 24, n. 3, p. 363-372, 2012.

IIDA, Itiro. Contribuições ergonômicas ao design. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ERGONOMIA E USABILIDADE DE INTERFACES HUMANO-TECNOLOGIA: PRODUTOS, INFORMAÇÃO, AMBIENTE CONSTRUÍDO E TRANSPORTE; 6. 2006. Bauru, SP. **Anais...** Bauru, SP: UNESP, 2006.

INSTITUTE FOR CULTURE AND SOCIETY. WESTERN SYDNEY UNIVERSITY. **Circles of Sustainability**: profile circles. Disponível em: <<http://www.circlesofsustainability.org/circles-overview/profile-circles/>>.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Caracterização e tendências da rede urbana brasileira**. Brasília: IPEA/UNICAMP, 1998.

JAMES, William. What is an emotion?. **Mind**, v. 9, n. 34, p. 188-205, 1884.

JONES, John Chris. **Design methods**. 2. ed. New York: John Wiley & Sons, 1992.  
JORDAN, Patrick W. Inclusive design. In: GREEN, W.S.; JORDAN, P.W. (Eds.). **Human factors in product design**: current practice and future trends. London: Taylor & Francis, 1999b. p. 171-181.

\_\_\_\_\_. Pleasure with products: human factors for body, mind and soul. In: GREEN, W.S.; JORDAN, P.W. (Eds.). **Human factors in product design**: current practice and future trends. London: Taylor & Francis, 1999a.

\_\_\_\_\_. Products as personalities. In: HANSON, M.A. (Ed.), **Contemporary ergonomics**. London: Taylor & Francis, 1997.

KASPERIDUS, Hans Dieter et al. **Guideline for the General Procedure of Developing and Implementing an Urban Green Space Strategy DRAFT 1**: Milestone 2 (Action 4.1). Dresden: Leibniz Institute of Ecological and Regional Development, 2006. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/237566741\\_Guideline\\_for\\_the\\_General\\_Procedure\\_of\\_Developing\\_and\\_Implementing\\_an\\_Urban\\_Green\\_Space\\_Strategy\\_DRAFT\\_1](https://www.researchgate.net/publication/237566741_Guideline_for_the_General_Procedure_of_Developing_and_Implementing_an_Urban_Green_Space_Strategy_DRAFT_1)>.

KEIL, Malis Maria Liebl. **Avaliação do ciclo de vida (acv) do mobiliário de madeira e derivados de madeira produzido na região do planalto norte catarinense**. 2012. 132 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2012.

\_\_\_\_\_; KISTMANN, Virgínia S. C. B. A influência das áreas verdes urbanas no bem-estar do morador: análise das ferramentas do design territorial. In: Simpósio Paranaense de Design Sustentável, 5. 2014. Curitiba. **Anais...** Curitiba: UFPR, 2014.

KELLER, Kevin Lane; PARAMESWARAN, M. G.; JACOB, Isaac. **Strategic brand management**: building, measuring, and managing brand equity. Índia: Pearson Education India, 2011.

KESTEREN, I.; STAPPERS, P.; BRUIJN, S. Materials in products selection: tools for including user-interaction in materials selection. **International Journal of Design**, v. 1, n. 3, 2007.

KILLINGBECK, Alison J.; TRUEMAN, Myfanwy. **Redrawing the perceptual map of a city**. Bradford: Bradford University School of Management, 2002.

KOTLER, Philip; HAIDER, Donald H.; REIN, Irving. **Marketing público**: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países. São Paulo: MakronBooks, 1994.

\_\_\_\_\_; JATUSRIPITAK, Somkid; MAESINCEE, Suvit. **O marketing das nações**: uma abordagem estratégica para construir as riquezas nacionais. São Paulo: Futura, 1997.

KRUCKEN, Lia. **Design e território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

\_\_\_\_\_. **Lia Krucken**: depoimento [09 fev. 2015]. Entrevistadora: Malis M. Liebl Keil. São Bento do Sul, 2015. Entrevista gravada em meio eletrônico (23 min).

LACERDA, Daniel Pacheco et al. Design science research: método de pesquisa para a engenharia de produção. **Gestão & Produção**, v. 20, n. 4, p. 741-761, 2013.

LAZARUS, Richard S. **Emotion and adaptation**. New York: Oxford University Press on Demand, 1991.

LEWICKA, Maria. Place attachment: How far have we come in the last 40 years?. **Journal of environmental psychology**, v. 31, n. 3, p. 207-230, 2011.

LEWIS, Sarah. Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches. **Health promotion practice**, v. 16, n. 4, p. 473-475, 2015.

LILLEY, Debra. Design for sustainable behaviour: strategies and perceptions. **Design Studies**, v. 30, n. 6, p. 704-720, 2009.

LIMA, Evelyn Furquim Werneck; MALEQUE, Miria Roseira. **Espaço e cidade: conceitos e leituras**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2004.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial**: bases para a configuração de produtos industriais. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

LOTTI, Giuseppe; BEDESCHI, Ilaria. Design for territorial business systems: role, instruments and operating methods. **Strategic Design Research Journal**, v. 2, n. 2, p. 73-82, 2009.

LOW, Setha M.; ALTMAN, Irwin. Place attachment. In: **Place attachment**. Springer, Boston, MA, 1992. p. 1-12.

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

MAFFEI, S.; VILLARI, B. Design for local development. building a design approach for the territorial capital resources based on a situated perspective. In: SOTAMAA, Yrjö (Ed.). **Cumulus working papers**. Helsinki: UIAH PRESS, 2006. p. 29-37.

\_\_\_\_\_. Comunità di progetto e territorio: un approccio per il design. In: FAGNONI, Raffaella; GAMBARO, Paola; VANNICOLA, C. **Medesign**: forme del Mediterraneo. Itália: Alinea, Firenze, 2004.

MAGISTRETTI, Vico. Design e relazione. In: FAGNONI, Raffaella; GAMBARO, Paola; VANNICOLA, C. **Medesign**: forme del Mediterraneo. Itália: Firenze: Alinea Editrice, 2004.

MALNAR, Joy Monice; VODVARKA, Frank. **Sensory design**. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press, 2004.

MANZINI, Ezio. **A matéria da invenção**. Lisboa: Centro Português de Design, 1993.

\_\_\_\_\_. **Design para a inovação social e sustentabilidade**: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

\_\_\_\_\_. New design knowledge. **Design studies**, v. 30, n. 1, p. 4-12, 2009.

\_\_\_\_\_; MERONI, Anna. Design em transformação. In: KRUCKEN, L. **Design e território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009. p. 13-16.

\_\_\_\_\_; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: Edusp, 2002.

MANZO, Lynne C. For better or worse: exploring multiple dimensions of place meaning. **Journal of environmental psychology**, v. 25, n. 1, p. 67-86, 2005.

\_\_\_\_\_; DEVINE-WRIGHT, Patrick (Ed.). **Place attachment**: advances in theory, methods and applications. Taylor & Francis Group, 2013.

MARAR, J. Fernando. **Design e inteligência artificial**: um sistema inteligente para seleção de materiais e seus impactos no design de produtos. 2007. Projeto de Pesquisa. São Paulo: UNESP, 2007.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2004.

MARQUES, Victor Hugo de Oliveira. A co-pertença entre ser e fundamento em Heidegger. **Intuição** (Porto Alegre), v. 4, n. 1, p. 180-193, 2011.

MEDEIROS, Jotabê. Elizabeth de Portzamparc propõe reconquista das ruas para gestar as cidades do futuro. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 13 dez. 2013.

MILARÉ, Édís. Política nacional de mobilidade urbana. **Unisul de Fato e de Direito**: revista jurídica da Universidade do Sul de Santa Catarina, v. 7, n. 12, p. 59-67, 2016.

MORACE, Francesco. Estetiche mediterranee. In: FAGNONI, Raffaella; GAMBARO, Paola; VANNICOLA, C. **Medesign**: forme del Mediterraneo. Itália: Firenze: Alinea Editrice, 2004. p. 64-70.

MORAES, Dijon de; KRUCKEN, Lia; REYES, Paulo. Design e identidade (Orgs.). **Cadernos de Estudos Avançados em Design**: identidade. Barbacena: EdUEMG, 2010.

MORIN, Edgar. **O método IV**. As idéias: a sua natureza, vida, habitat e organização. Lisboa: Europa-América, 1991.

MORIN, Edgar. **Ninguém sabe o dia que nascerá**. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

\_\_\_\_\_; LISBOA, Eliane. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MOURA, Rosa; KLEINKE, Maria de Lourdes. Modelo Curitiba: os riscos de uma cidade insustentável. In: ENCONTRO NACIONAL ANPUR, 8. 1999. Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: ANPUR, 1999.

MOURÃO, Lais. Pertencimento. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DA TRANSDISCIPLINARIDADE, 2. 2005. Vitória. **Anais...** Vitória: CETRANS, 2005. Disponível em <ctrans.com.br/artigos/Lais\_Mourao.pdf>. Acesso em: 29 maio 2013.

MOUSTAKAS, Clark. **Phenomenological research methods**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1994.

MOZOTA, Brigitte B. de. Design strategic value revisited: a dynamic theory for design as organizational function. In: COOPER, Rachel; JUNGINGER, Sabine, LOCKWOOD, Thomas (Orgs.). **The handbook of design management**. London: Bloomsbury, 2013. p. 276-293.

\_\_\_\_\_; KLÖPSCH, Cássia; COSTA, Filipe C. Xavier da. **Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MÜLLER, Vanessa; KEIL, Malis Maria Liebl; SCHLEMMER, André. Design territorial: abrigo para embarque e desembarque de passageiros para o município de Rio Negrinho. In: SIPEX e Grupos de Pesquisa, 5. 2015. Rio Negrinho. **Anais...** Rio Negrinho: Universidade do Contestado, Campus Rio Negrinho, SC, 2015.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**: apontamentos por uma metodologia projetual. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1983.

MUSARRA, Fabíola. São Bento do Sul, história e natureza em um só lugar. In: **Brasil 247: jornal digital**, 27 out. 2015. Disponível em: <[https://www.brasil247.com/pt/247/revista\\_oasis/202443/S%C3%A3o-Bento-do-Sul-hist%C3%B3ria-e-natureza-em-um-s%C3%B3-lugar.htm](https://www.brasil247.com/pt/247/revista_oasis/202443/S%C3%A3o-Bento-do-Sul-hist%C3%B3ria-e-natureza-em-um-s%C3%B3-lugar.htm)>. Acesso em:

NIEMEYER, Lucy. Identidade e significações: design atitudinal. **Cadernos de estudos avançados em design**: identidade. Barbacena: Ed. da Universidade do Estado de Minas Gerais, 2010. p. 77-87.

NORBERG-SCHULZ, Christian. **Genius loci**: towards a phenomenology of architecture. New York: Rizzoli, 1980.

NORMAN, Don. A. The psychopathology of everyday things. In: NORMAN, Don. **The design of everyday thing**. Cambridge, MA: MIT Press, 2002. p. 417-443.

\_\_\_\_\_. **DesignX**: a future path for design. 02 Dec. 2014. Disponível em <[http://www.jnd.org/dn.mss/designx\\_a\\_future\\_pa.html](http://www.jnd.org/dn.mss/designx_a_future_pa.html)>. Acesso em: jan. 2015.

\_\_\_\_\_. **Emotional design**: why we love (or hate) everyday things. New York: Basic Books, 2004.

\_\_\_\_\_. **The design of everyday things**. New York: Basic Books, 1988.

NOVAES, Sylvia Caiuby. **Jogo de espelhos**: imagens da representação de si através dos outros. São Paulo: Edusp, 1993.

NOVAES, Washington. Viver nas cidades. In: NETO, E. R.; (Org.), C. M. B. **Saúde nos aglomerados urbanos**: uma visão integrada. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde, 2003. p. 21-39.

OBA, Leonardo Tossiaki. **Os marcos urbanos e a construção da cidade**: a identidade de Curitiba. 1998. 327 f. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. São Paulo, 1998.

ONO, Maristela Mitsuko. **Design industrial e diversidade cultural**: sintonia essencial. Estudos de casos nos setores automobilísticos, moveleiro e de eletrodomésticos no Brasil. 2004. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

PALEN, J. John. **Mundo urbano**. São Paulo: Forense-Universitária, 1975.

PASCA, Vanni. The importance of design for development in the Mediterranean. In: FAGNONI, Raffaella; GAMBARO, Paola; VANNICOLA, C. **Medesign**: forme del Mediterraneo. Itália: Firenze: Alinea Editrice, 2004.

PEREIRA, Lia Krucken; CELASCHI, Flaviano. Design driven actions for the valorization of territorial resources: the challenge of evaluating and measuring the results. In: EVALUATING DESIGN AND INNOVATION POLICIES - THEMATIC WORKSHOP FLORENCE, 1., 2010, Hall Design Wales - Florença. **Evaluating Design and Innovation Policies**: Thematic Workshop Florence. Florença: Interreg IVC, may, 2010, p. 1-19.

PORTER, Michael E. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

PROIETTI, F. A. et al. Observatório de saúde urbana de Belo Horizonte. In: RASSI NETO E, BÓGUS, C.M. (Org.). **Saúde nos aglomerados urbanos**: uma visão integrada. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde, 2003. p. 277-296.

PULLMAN, Madeleine E.; GROSS, Michael A. Ability of experience design elements to elicit emotions and loyalty behaviors. **Decision sciences**, v. 35, n. 3, p. 551-578, 2004.

QUARESMA, Sílvia Jurema. Durkheim e Weber: inspiração para uma nova sociabilidade, o neotribalismo. **Em Tese**, v. 2, n. 1, p. 81-89, 2005.

QUEIROZ, Danielle Teixeira et al. Observação participante na pesquisa qualitativa: conceitos e aplicações na área da saúde. **Revista de enfermagem da UERJ**, v. 15, n. 2, p. 276-283, 2007.

RAFFESTIN, Claude; SANTANA, Octavio Martín González. **Por uma geografia de poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RAYMOND, Christopher M.; BROWN, Gregory; WEBER, Delene. The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections. **Journal of Environmental Psychology**, v. 30, p. 422-434, 2010.

REIS, Antonio Tarcisio da Luz; LAY, Maria Cristina Dias. Habitação de interesse social: análise estética. **Ambiente construído**: revista da Associação Nacional de Tecnologia do Ambiente Construído. Porto Alegre, RS. v. 3, n. 4, p. 7-19, out./dez. 2003.

RELPH, Edward. **Place and placelessness**. London: Pion, 1976.

REYES, P. A espacialidade na cidade contemporânea: os processos de [des] e [re] territorialização. In: SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO: CIDADE E CULTURA, DIMENSÃO CONTEMPORÂNEA. 2007. São Carlos. **Anais...** São Carlos: Escola de Engenharia de São Carlos (EESC) da USP, 2007.

\_\_\_\_\_. Identidade x identidades: uma visão pelo design. MORAES, Dijon. De; KRUCKEN, Lia; REYES, Paulo. Design e identidade (Orgs.). **Cadernos de estudos avançados em design**: identidade. Barbacena: Ed. da Universidade do Estado de Minas Gerais, 2010. p. 89-99

\_\_\_\_\_; FRANZATO, C. Design para o território: uma reflexão teórica. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DE DESIGN, 8. 2008. São Paulo. **Anais...** São Paulo: AEND/Brasil. 2008. p. 3940-3944.

ROCCHI, Simona. **Enhancing sustainable innovation by design**: an approach to the co-creation of economic, social and environmental value. 2005. Tese (Doutorado) – Erasmus University Rotterdam. Holanda do Sul, 2005.

ROCHA, Alexandre dos Santos et al. Urbanismo, patrimônio e sociedade no Brasil. **Revista Historiar**, v. 2, n. 2, 2010.

ROCHA, José Carlos. Diálogo entre as categorias da Geografia: espaço-território-paisagem. **Caminhos de Geografia**, v. 9, n. 27, 2008.

RODA, Rui; WIELEWICKI, Patrícia Feronha. **Informação participada**: imagens do território sob a lente metaprojetual. DESENHANDO O FUTURO 2011, 1º CONGRESSO NACIONAL DE DESIGN. Bento Gonçalves: [s.n.]. 2011.

ROSA, Malvina de Castro. Design estratégico aplicado ao território: Projeto Monumenta em foco. 2011. 94 f. Dissertação (Mestrado em Design Estratégico) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Porto Alegre, 2011.

ROSSI, Aldo. **Arquitetura da cidade**. Tradução Eduardo Brandão. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

RUSSELL, James A. Culture and the categorization of emotions. **Psychological bulletin**, v. 110, n. 3, p. 426, 1991.



RUSSO, Beatriz; HEKKERT, Paul. Sobre amar um produto: os princípios fundamentais. In: MONT'ALVÃO, Claudia; DAMAZIO Vera (Orgs.). **Design, ergonomia e emoção**. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

SACCO, Pier Luigi; FERILLI, Guido. Il distretto culturale evoluto nell'economia post industriale. **DADI**, Università IUAV WP, v. 4, n. 06, 2006.

SALOMON, Mauricio et al. **Lixeira sustentável**. 2015. Trabalho Técnico da Disciplina (Disciplina Design de Produto 4 Curso de Design) – Universidade do Contestado. Rio Negrinho, 2015.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do consumidor**: conceitos e casos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SANTAGATA, Walter. **Cultural districts and economic development**. Turim: University of Turim, 2004.

SANTOS, Milton. **Da totalidade ao lugar**. 2. reimpr. São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 2012.

\_\_\_\_\_; SILVEIRA, Maria Laura. **O Brasil**: território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SCANNELL, Leila; GIFFORD, Robert. Defining place attachment: a tripartite organizing framework. **Journal of environmental psychology**, v. 30, n. 1, p. 1-10, 2010.

SCHIFFERSTEIN, Hendrik NJ; DESMET, Pieter MA. Hedonic asymmetry in emotional responses to consumer products. **Food Quality and Preference**, v. 21, n. 8, p. 1100-1104, 2010.

\_\_\_\_\_; HEKKERT, Paul (Ed.). **Product experience**. New York: Elsevier, 2011.

SCHOENACHER, Rodrigo; NIEMEYER, Lucy. Reflexões sobre a filosofia de Vilém Flusser e possíveis inspirações de seu trabalho para pesquisas voltadas ao design e a emoção. CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 9. 2010. São Paulo. **Anais...** São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2010.

SCOLARI, Sérgio Henrique Prado. **Design e emoção**: um modelo de círculos de referências de emoções em produtos. 2008. 78 f. Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. Bauru, SP, 2008.

SCOTT, Kakee; BAKKER, Conny; QUIST, Jaco. Designing change by living change. **Design Studies**, v. 33, n. 3, p. 279-297, 2012.

SEAMON, David; SOWERS, Jacobs. Place and placelessness, Edward Relph. In: KITCHEN, P.; HUBBARD, R.; VALLENTINE, G. (eds.). **Key texts in human geography**. London: Sage, 2008, p. 43-51

SEASSARO, Alberto; SIMONELLI, Giuliano. Introduction. In: FAGNONI, Raffaella; GAMBARO, Paola; VANNICOLA, C. (Org.). **Medesign: forme del Mediterraneo**. Itália: Firenze: Alinea Editrice, 2004

SEN, Amartya. **Desigualdade reexaminada**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

\_\_\_\_\_.; MOTTA, Laura Teixeira; MENDES, Ricardo Doninelli. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SENNETT, Richard. **Juntos: os rituais, os prazeres e a política da cooperação**. Rio de Janeiro: Record, 2012.

SERRA, Natália et al. Planeamento Estratégico no contexto de Arquitectura Empresarial. **RISTI-Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação**, v. 2, p. 1-14, 2008.

SEYFERTH, Giralda. **A colonização alemã no vale do Itajaí-Mirim: um estudo de desenvolvimento econômico**. Porto Alegre: Ed. Movimento, 1974.

\_\_\_\_\_. Imigração, ocupação territorial e cidadania: o vale do Itajaí e a política de colonização na Primeira República. **Quase-cidadão: histórias e antropologias da pós-emancipação no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, 2007. p. 79-118.

SHUMAKER, Sally A.; TAYLOR, Ralph B. Toward a clarification of people-place relationships: a model of attachment to place. **Environmental psychology: Directions and perspectives**, v. 2, p. 19-25, 1983.

SIERVI, Elizabeth Maria Campanella de. **Avaliação participativa de coleta seletiva de lixo no Consórcio Quiriri: a participação como base para ação e reflexão na construção metodológica**. 2000. 191 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Ambiental) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Florianópolis, 2000.

SIMÕES, M. D. B.A.; PINHEIRO, Sergio Leite Guimarães; CERDAN, Claire. **A contribuição do design na construção social de territórios-piloto da zona costeira de Santa Catarina, SC: territórios e sociabilidade: relatos Latinoamericanos**. Florianópolis: Editora da UDESC, 2012.

SOUSA, Leilane Barbosa de; BARROSO, Maria Grasiela Teixeira. Pesquisa etnográfica: evolução e contribuição para a enfermagem. **Escola Anna Nery Revista de Enfermagem**, v. 12, n. 1, p. 150-155, 2008.

SOUZA, Edevaldo Aparecido; PEDON, Nelson Rodrigo. Território e identidade. **Revista Eletrônica da Associação dos Geógrafos Brasileiros: Seção Três Lagoas, Três Lagoas, MS**, v. 1, n. 6, p. 126-148, 2007.

SOUZA, Marcelo José Lopes de. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, Ina Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa;

CORRÊA, Roberto Lobato (Orgs.). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p. 77-116.

SOUZA, Nelson Rosário de. Planejamento urbano em Curitiba. **Revista de sociologia e política**, n. 16, p. 107, 2001.

TAB: Desenhe sua cidade. Disponível em: <<http://tab.uol.com.br/design-cidade>>. Acesso em: 03 abril 2016.

TAROUCO, Fabrício; REYES, Paulo. Identidade territorial: um processo de construção. In: CONGRESSO NACIONAL DE DESIGN: DESENHANDO O FUTURO, 1. 2011. Bento Gonçalves, RS. **Anais...** Bento Gonçalves, RS: Universidade FEEVALE, 2011.

TONETTO, Leandro Miletto; COSTA, Xavier da; CAMPELO, Filipe. Design emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa. **Strategic Design Research Journal**, v. 4, n. 3, 2011.

TONIETTO, Jorge. Afinal, o que é Terroir. **Bon Vivant**, Flores da Cunha, v. 8, n. 98, p. 08, 2007.

TOTTERDELL, Peter; HOLMAN, David. Emotion regulation in customer service roles: testing a model of emotional labor. **Journal of occupational health psychology**, v. 8, n. 1, p. 55, 2003.

UJANG, Norsidah. Place attachment and continuity of urban place identity. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 49, p. 156-167, 2012.

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMM. **Human development report 2015: work for human development**. New York: UNDP, 2015.

VÁSQUEZ, Ruth Peralta. Identidade de marca, gestão e comunicação. **Revista Organicom**, v. 4, n. 7, p. 198-211, 2011.

VASSÃO, Caio Adorno. **Metadesign: ferramentas, estratégias e ética para a complexidade**. São Paulo: Blucher, 2010.

VERGANTI, Roberto. **Design driven innovation e changing the rules of competition by radically innovating what things mean**. Boston: Harvard Business Press, 2009.

VILLARI, Beatrice. **A community centred approach for neighbourhood-based services**. 2004. Disponível em: <<http://design-cu.jp/iasdr2013/papers/1270-1b.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2017.

VON SCHEVE, Christian; ISMER, Sven. Towards a theory of collective emotions. **Emotion Review**, v. 5, n. 4, p. 406-413, 2013.

WEBER, Max. **Economia e sociedade: fundamentos da sociedade compreensiva**. Brasília: Ed. da UnB, 1991.

WEGNER, Patrícia Zimmermann. **Caracterização dos recursos naturais e uso do solo da área de proteção ambiental da represa do Alto Rio Preto, Rio Negrinho-SC**. 2000. 175 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Ambiental) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Florianópolis, 2000.

WIELEWICKI, Patrícia Feronha. **Visões compartilhadas**: territórios em diálogo com o design estratégico. 2010. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade de Aveiro. Aveiro, Portugal, 2010.

WILSON, James Q.; KELLING, George L. Broken windows. **Atlantic monthly**, v. 249, n. 3, p. 29-38, 1982.

WOODCRAFT, Saffron; HACKETT, Tricia; CAISTOR-ARENDAR, Lucia. **Design for social sustainability**: a framework for creating thriving new communities. London: The Young Foundation, 2011.
















ZIPPERER, Josef. **São Bento no passado**: reminiscências da época da fundação e povoação do município: diários reunidos por Josef Zipperer. Curitiba, 1951.

ZURLO, Francesco. Della relazione tra estratégia e design: note critiche. In: BERTOLA, Paola; MANZINI, Ezio (Orgs.). **Design multiverso**: appunti di fenomenologia del design. Milano: Edizioni POLI. Design, 2004. p. 89-98.

\_\_\_\_\_. **Publicação eletrônica** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por: <malis.keil@gmail.com>. em: 12 mar. 2014.

## **ANEXOS**

**ANEXO 1 – APRESENTAÇÃO DAS CARACTERIZAÇÕES DE RIO NEGRINHO****Matriz de Cenário**

	Forma	Forma	Cores	Material	Ritmo
Contexto e ambiente					
Cultura e material					
Indivíduo e sociedade					

## ANEXO 2 – QUESTIONÁRIO DE WIELEWCKI

### Identificação do entrevistado:

#### Idade

☐ menos de 20 anos ☐ 21 a 35 anos ☐ 36 a 50 anos ☐ mais de 50 anos

#### Sexo

☐ masculino ☐ feminino

#### Grau de instrução

☐ ensino básico ☐ ensino médio

☐ ensino superior

☐ pós-graduação

#### Relação com o espaço

☐ residente ☐ morador de cidade vizinha ☐ visitante ☐ não conheço a cidade

Se assinalou a opção “não conheço a cidade”, passe diretamente ao “Bloco 4”. Caso contrário, siga com as respostas no “Bloco 1”.

### Bloco 1

1.1 Quando ouve o nome da cidade do que se lembra imediatamente?

---

---

1.2 Que tipo de sensações a cidade lhe provoca?

☐ Calma

☐ Agitação

☐ Faz-me sentir pequeno

☐ Faz-me sentir grande

☐ Solidão

☐ Liberdade

☐ Medo

☐ Segurança

☐ Outros

1.3 Com base em sua vivência do espaço na cidade preencha o quadro a seguir com as informações que julgar pertinente.

Cores	Formas	Materiais	Sons	Cheiros	Sabores

1.4 Se a cidade fosse uma pessoa, seria:

- ☐ Homem  
☐ Mulher  
☐ Jovem  
☐ Velho (a)  
☐ Alegre  
☐ Triste  
☐ Calmo (a)  
☐ Inquieto (a)  
☐ Aberta a mudanças  
☐ Conservador (a)  
☐ Outros \_\_\_\_\_

1.5 Associe ao território as características que julgar pertinente:

- ☐ Pequeno  
☐ médio  
☐ Grande  
☐ Escuridão  
☐ Luminosidade  
☐ Tradição  
☐ Família  
☐ Prestígio  
☐ Modernidade  
☐ Vitalidade  
☐ Estagnação  
☐ Estabilidade  
☐ Diversidade  
☐ Internacionalização



- ☐ Inovação
- ☐ Diversão
- ☐ Tédio
- ☐ Conservadorismo
- ☐ Dinamismo
- ☐ Decadência
- ☐ Segurança
- ☐ Nacionalismo
- ☐ Insegurança
- ☐ Outros \_\_\_\_\_

1.6 Liste cidades que, em sua opinião, apresentam características em comum com Rio Negrinho:

- a. \_\_\_\_\_
- b. \_\_\_\_\_
- c. \_\_\_\_\_

1.7 Justifique sua escolha associando os atributos que julgar pertinente:

- ☐ Arquitetura
- ☐ Cidade histórica
- ☐ Paisagem urbana
- ☐ Movimento
- ☐ Atividades culturais
- ☐ Hospitalidade do povo
- ☐ Gastronomia
- ☐ Presença do mar / rio
- ☐ Dimensões da cidade
- ☐ Proximidade
- ☐ Dinamismo
- ☐ São destinos turísticos
- ☐ Bom lugar para divertir-se
- ☐ Desorganização
- ☐ Falta de atrativos
- ☐ Insegurança
- ☐ Outros \_\_\_\_\_

1.8 Aponte hábitos que, em sua opinião, fazem parte da rotina da cidade:

- ☐ Conversa na rua
- ☐ Atividades físicas ao ar livre

- ☐ Frequentar eventos esportivos/culturais
- ☐ Frequentar centros comerciais
- ☐ Crianças brincando nas ruas
- ☐ Idosos nas ruas
- ☐ Acampar
- ☐ Pescar
- ☐ Badalação noturna
- ☐ Frequentar restaurantes, bares, shows
- ☐ Frequentar parques e praças públicas
- ☐ Frequentar praias
- ☐ Outros \_\_\_\_\_

1.9 Gostaria que fizesse o esboço de um mapa das partes que você conhece da cidade. Faça-o como se estivesse fazendo uma descrição rápida para um desconhecido, apontando os principais pontos, ruas, referências, etc.

1.10 Considera a cidade um bom lugar para se estar?

- ☐ Sim
- ☐ Não

1.11 Em sua opinião, o que a cidade oferece de mais positivo?

- ☐ Diversão
- ☐ Descanso
- ☐ Gastronomia
- ☐ Atrações turísticas
- ☐ Cidade moderna
- ☐ Cidade antiga
- ☐ Povo
- ☐ Natureza
- ☐ Paisagem urbana / patrimônio material
- ☐ Nenhuma característica positiva
- ☐ Outros \_\_\_\_\_

1.12 O que a cidade apresenta de negativo?

- ☐ Povo
- ☐ Gastronomia
- ☐ Falta de segurança
- ☐ Falta de atividades culturais

- ☐ Vandalismo
- ☐ Cidade moderna
- ☐ Cidade antiga
- ☐ Desorganização
- ☐ Foco somente no turismo
- ☐ Falta de atrativos turísticos
- ☐ Nenhuma característica negativa
- ☐ Outros \_\_\_\_\_

1.13 Atribua características gerais ao povo da cidade:

- ☐ Simpático
- ☐ Reservado
- ☐ Orgulhoso de sua cidade
- ☐ Educado
- ☐ Conservador
- ☐ Rude
- ☐ Desorganizado
- ☐ Alegre
- ☐ Passivo
- ☐ Proativo
- ☐ Inseguro
- ☐ Outra \_\_\_\_\_

1.14 Num cenário futuro positivo, Rio Negrinho seria, na sua opinião:

- ☐ Um importante centro de cultura
- ☐ Um polo desportivo
- ☐ Uma cidade modelo em sustentabilidade ambiental
- ☐ Um grande centro turístico
- ☐ Uma capital de negócios
- ☐ Uma cidade muito famosa
- ☐ Uma cidade repleta de empresas multinacionais
- ☐ Simplesmente um bom lugar para se viver
- ☐ Outros \_\_\_\_\_

1.15 Indique características que você aprecia em uma cidade. Aponte a ordem de prioridade.

- ☐ Presença de água (rio, mar)

- ☐ Movimentação intensa de pessoas
- ☐ Presença de verde
- ☐ Atividade noturna intensa
- ☐ Um lugar calmo e tranquilo
- ☐ Facilidade de deslocamento
- ☐ Grande centro de compras
- ☐ Muitos restaurantes
- ☐ Presença de museus / bibliotecas
- ☐ Segurança
- ☐ Outros: \_\_\_\_\_

1.16 Quais destes itens Rio Negrinho apresenta? Aponte a ordem de importância.

- ☐ Presença de água (rio, mar)
- ☐ Movimentação intensa de pessoas
- ☐ Presença de verde
- ☐ Atividade noturna intensa
- ☐ Um lugar calmo e tranquilo
- ☐ Facilidade de deslocamento
- ☐ Grande centro de compras
- ☐ Muitos restaurantes
- ☐ Presença de museus / bibliotecas
- ☐ Segurança
- ☐ Outros: \_\_\_\_\_

Se no início do questionário identificou-se como visitante ou vizinho, pare por aqui. Obrigado pela Participação!

Se for residente, por favor, responda o “Bloco 2”.

### **Fotografias**

Como parte desta primeira parte do questionário, se possível, pede-se que você faça 5 ou mais fotografias e as divida entre os seguintes assuntos de acordo com a sua percepção do território: pontos positivos da cidade, pontos negativos da cidade e algo muito importante no contexto da cidade.

Fotografe o que achar relevante e que você gostaria de mostrar ou comentar em relação a esses assuntos. Pede-se somente que identifique os temas em cada fotografia, e que as envie para o endereço eletrônico: [malis@unc.br](mailto:malis@unc.br)

### **Bloco 2**

2.1 Em relação ao seu território, em sua opinião, o que temem os rio-negrinhenses?

- ☐ Modernização da cidade
- ☐ Estagnação da cidade
- ☐ Descaracterização do espaço

- ☐ Violência e vandalismo
- ☐ Crescimento desordenado
- ☐ Poluição
- ☐ Desemprego
- ☐ Outros: \_\_\_\_\_

2.2 Se tivesse o poder de mudar sua cidade transformaria em:

- ☐ Um dos principais destinos turísticos do continente
- ☐ Um polo de cultura e eventos
- ☐ Um grande centro urbano
- ☐ Um exemplo de cidade ecologicamente correta
- ☐ Uma cidade calma e tranquila
- ☐ Faria poucas alterações em relação ao que é atualmente
- ☐ Outros: \_\_\_\_\_

2.3 Considera as cidades vizinhas:

- ☐ Parceiras
- ☐ Concorrentes

2.4 Sente orgulho da cidade? Por quê?

---



---

Se no início do questionário identificou-se **como morador**, pare por aqui. Obrigado pela participação!

Se não conhece a cidade, responda o “Bloco 3”.

### **Bloco 3**

3.1 Para você, Rio Negrinho é conhecida por:

---



---

3.2 É capaz de atribuir características à cidade de Rio Negrinho?

- ☐ Sim
- ☐ Não

3.3 Caso tenha respondido “sim” na questão anterior, quais características é capaz de atribuir?

- ☐ Pequena
- ☐ Média
- ☐ Grande
- ☐ Moderna
- ☐ Antiga
- ☐ Pacata

- ☐ Movimentada
- ☐ Rica
- ☐ Pobre
- ☐ Povo hospitaleiro
- ☐ Povo rude
- ☐ Cidade memorável
- ☐ Cidade comum
- ☐ Bela
- ☐ Outras \_\_\_\_\_

3.4 Tem vontade de conhecer a cidade?

- ☐ Sim
- ☐ Não

3.5 Onde obteve informações sobre a cidade?

- ☐ Amigos / Parentes
- ☐ Trabalho
- ☐ Televisão
- ☐ Internet
- ☐ Agência de turismo
- ☐ Jornais
- ☐ Outros: \_\_\_\_\_

**Muito obrigada pela participação!**